

Herausgeber

Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik · EBEN Deutschland e.V.

Bayreuther Str. 35 · D -10789 Berlin +49.30.236 276 75 · www.dnwe.de · info@dnwe.de

Im Internet

www.forum-wirtschaftsethik.de

ISSN 2194-9247

INHALT

- 2 **Christoph Lütge**
Umweltethik und Wettbewerb
- 5 **Kontrovers**
Gemeinwohlökonomie und Gemeinwohlbilanz
- 10 **Neuere Forschung**
Private Akteure bei der Armutsbekämpfung
- 14 **Stichwort**
Wirtschafts- und Informationsethik
- 17 **Praxis-Profil**
Robert-Bosch GmbH
- 19 **Rezension**
Hansen – CSR und Diversity
- 21 **Netzwerk DNWE**
Aktivitäten – Veranstaltungen – Personalia
- 24 **Finis**
von Josef Wieland

MITWIRKENDE

Autoren dieser Ausgabe

Oliver Bendel · Monika Eigenstetter · Joachim Fetzer
Christoph Lütge · Daniela Ortiz · René Schmidpeter ·
Bernhard Schwager · Ina Verstl · Oliver Viest · Josef Wieland

Redaktion und Layout

Alexander Brink *forschung* · Lisa Borgenheimer *lay-
out* · Monika Eigenstetter *rezensionen* · Joachim Fetzer
V.i.S.d.P. · Irina Lock *kontrovers* · Brigitte Raschke *redak-
tionsassistentz* · Ina Verstl *netzwerk dnwe*

EDITORIAL

Liebe Leserin, lieber Leser,

Was sollen wir tun? Die Grundfrage der Ethik zielt auf Orientierung. Auch Wirtschaftsethik soll in diesem Sinne Orientierung geben, die Fahne der Moral gegen die Ökonomik hochhalten oder als Moralbotschafter in die Wirtschaft hinein fungieren. Könnte man meinen – und dann ein ständiges Ethik-Versagen konstatieren. Dabei wäre es doch so einfach: Die ökologischen Grenzen des Planeten erzwingen weniger Wachstum, die entwicklungspolitischen Herausforderungen eine Abkehr vom ökonomischen Kalkül und eine Orientierung am Gemeinwohl ist besser als ökonomischer Eigennutz.

Doch die Frontlinien sind durcheinander geraten: Wenn ein grüner Ministerpräsident den ökonomischen Erfolg Deutschlands inkl. Energiewende und green economy zur ökologischen Pflicht erklärt, sind Ökonomie und Ökologie keine Gegensätze mehr (*Lütge*). Die Gemeinwohlökonomie ist vielleicht sehr grundsätzlich in Frage zu stellen (*Schmidpeter*) und die Rolle des private sector geht weit über die Pflicht zur Steuerzahlung hinaus (*Ortiz*).

Moralische Anliegen an und in der Wirtschaft ernst nehmen heißt heute wohl auch: die alten und neuen Gut-Böse-Schemata immer wieder gegen den Strich zu bürsten. Wirtschaftsethische Reflexion statt moralischer Aufrüstung? Das begeistert nicht jeden.

Doch die Orientierung, die nach solcher Irritation entsteht, ist nachhaltiger. In diesem Sinne wünscht Ihnen die Redaktion eine irritierende Lektüre.

Joachim Fetzer, im April 2015

Umweltethik und Wettbewerb: Dient Mäßigung ökologischen Zwecken?

Christoph Lütge

Ökologie und Ökonomie sind keine Gegensätze mehr. Das war nicht immer so: In vielen Ökologie-Traktaten der siebziger und achtziger Jahre wurde behauptet, die moderne Wirtschaft gehe notwendigerweise mit Verschmutzungen von Boden, Luft und Gewässern wie auch mit dem Waldsterben einher. Wettbewerb und Markt wurden als Feinde von Ökologie ausgemacht. Herbert Ehrenberg etwa, seinerzeit Arbeitsminister, sagte 1978: „Jeder ökologische Denkansatz ist notwendigerweise antikapitalistisch.“

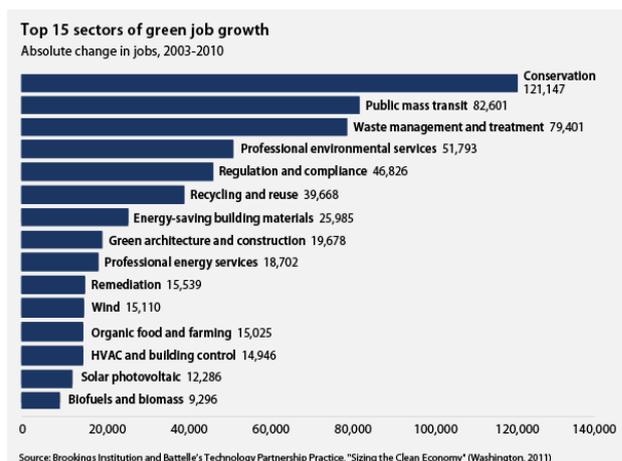
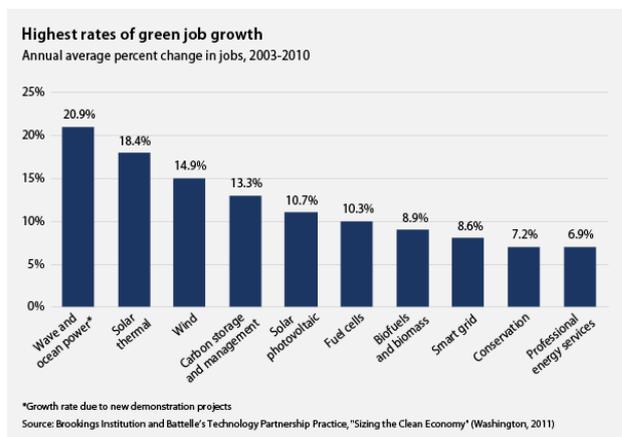
Dieses Bild hat sich grundlegend geändert. Zum einen wurden nach 1989 die massiven Umweltschäden an Orten wie Bitterfeld, Kattowitz oder Tschernobyl in ihrem ganzen Ausmaß sichtbar. Eine staatlich gelenkte Wirtschaft arbeitet also nicht notwendig ökologischer als eine Marktwirtschaft. Zum zweiten aber ist spätestens seit den neunziger Jahren deutlich geworden, dass gute Ökotechnologie, ökologisch wertvolle Produkte und nachhaltiges Wirtschaften Wettbewerbsfaktoren sein können. Bio-Produkte verzeichnen deutliche Absatzsteigerungen. Deutschland exportiert Umwelttechnologien in viele Länder. Man kann davon sprechen, dass nachhaltiges Wirtschaften zu einem Wettbewerbsvorteil geworden ist.

Was ökonomisch gelten mag, muss allerdings in ethischer Hinsicht extra begründet werden: Dient der Wettbewerb *umweltethischen* Zwecken? Wenn man grundsätzlich davon ausgeht, dass der Wettbewerb ethische Leistungen erbringt, dass also Wettbewerb – innerhalb von Regeln – nichts grundsätzlich Unmoralisches ist (vgl. Lütge 2014, 2015a und 2015b), so kann man diesen Zusammenhang anhand von vielen Beispielen aus dem Bereich der Ökologie belegen:

1. Der aktuelle Umwelttechnologie-Atlas „GreenTech made in Germany 3.0“, erstellt 2012 von Roland Berger im Auftrag des Bundesumweltministeriums, gibt an, dass sich der Weltmarkt für Umwelttechnik bis 2025 mehr als verdoppeln wird. Das Gesamtvolumen

dieser Technologien soll dann bei über 4,4 Billionen € weltweit liegen, bei jährlichen Wachstumsraten von mehr als 5% (BMUB 2012).

2. Laut der US-amerikanischen Brookings Institution (Gordon/Kasper/Lyon 2011) ist der „Clean Energy“-Sektor, d.h. Solar- und Windenergie, Biotreibstoffe usw., von 2003 bis 2010 deutlich stärker gewachsen als die US-Wirtschaft insgesamt. Vor allem hat dieser Sektor viele neue Arbeitsplätze geschaffen: 18,4% Wachstum in der Solarenergiebranche und 14,9% in der Windkraft (2003-2010) (ebenda).



Abbildungen: www.americanprogress.org

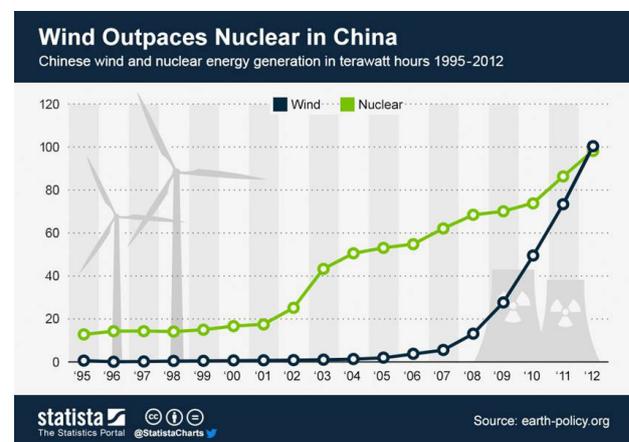
3. Deutsche Unternehmen spielen in dieser Branche mit einem stabilen durchschnittlichen Marktanteil von 15% nach wie vor eine sehr große Rolle, und zwar gerade auch die kleinen und mittleren Unternehmen (Anteil lt. Umwelttechnologie-Atlas ca. 90%). Die gleiche Studie rechnet damit, dass insgesamt bis 2025 eine Million zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen und dass die Umwelttechnologien bald ein Fünftel des deutschen Bruttoinlandsprodukts ausmachen werden.

Von einem grundsätzlichen Widerspruch zwischen Ökologie und Ökonomie kann nicht mehr ernsthaft gesprochen werden. Dennoch tragen weiterhin einige Autoren (etwa Welzer 2013) die Forderung vor, wir müssten aus ökologischen Gründen unser Wachstum bremsen und letztlich in eine Situation des Nullwachstums einmünden. Mäßigung und Sich-Bescheiden statt Wettbewerb und Wachstum sind hier die Devise. Damit dürfte aber konsequenterweise auch die Ökotechnologie nicht weiter wachsen. Neuerungen, effizientere Technologien und Unternehmertum bringen auch im Bereich der Umwelttechnologien Wachstum mit sich. Nachhaltige Wasserwirtschaft, Elektromobilität, grüne Biotechnologie, ökologische Agrar- und Forstwirtschaft, Ressourcenmanagement, Architektur usw. liefern – ethisch relevante – nachhaltige Verbesserungen der Umwelt, nachhaltigeres Wirtschaften und dabei auch die Bekämpfung der Armut durch technologische und ökonomische Bemühungen. Aber mit Mäßigung hat das nichts zu tun. Beispiele aus China mögen dies belegen.

Situation in China

In Ländern wie China werden mittlerweile enorme Investitionen im Bereich Umweltschutz getätigt, da dort Umweltbelastungen in den letzten Jahrzehnten erheblich zugenommen haben. Das war in Europa im 19. Jahrhundert gleichermaßen der Fall. Allerdings: Heute ist zum einen die Technologie auf einem anderen Stand. Zum zweiten ist ein Bewusstsein für Umweltverschmutzung, das sich in Europa erst seit den sechziger Jahren zu entwickeln begann, in China durchaus schon vorhanden: Organisationen der Zivilgesellschaft wie beispielsweise der WWF China oder „Global Village“ in Peking (<http://www.pkugv.com/english>) setzen sich für Recycling und Ausbau des öffentlichen Nahverkehrs ein (Interview mit Li Lin vom WWF China). Und drittens zwingt das Ausmaß der Umweltschäden in China viel schneller zum Handeln: Ein Regierungsbericht 2008 ergab, dass das Wachstum des Bruttoinlandsprodukts ohne die Kosten der Umweltverschmutzung um ein Viertel höher hätte liegen können: 10% statt 7,5% (McKibben 2011). Daher werden von Regierungsseite massiv alternative Energien gefördert: Gasversorgung statt Kohle (etwa durch Großaufträge an North West Shelf), Verringerung der CO₂-Emissionen, Bekämpfung von Smog durch Schließung klimaschädlicher Fabriken (Spiegel Online 16.8.2010), Aufbereitung von Brauchwasser und Meerwasser u.a. Bis 2020 soll es

in China 5 Millionen Elektrofahrzeuge geben (Trechnow/Pester 2011). In der Kohleindustrie selbst werden gegenwärtig viele Hochtemperaturanlagen gebaut, die umweltfreundlicher als beispielsweise viele US-Kraftwerke sind (McKibben 2011). Das wirkt sich auf den Klimaschutz weltweit positiv aus. Insgesamt sollen die erneuerbaren Energien in China landesweit bis 2020 einen Anteil von 15% erreichen. Die Windkraft soll bis 2015 auf eine Leistung von 100 GW steigen (Deutschland 2011: ca. 54 GW durch Wind- und Solarkraft) (Reuter 2012).



Im Jahr 2012 hatte China den höchsten Anteil an den weltweit in Umwelttechnologien und erneuerbare Energien investierten Mittel: insgesamt etwa 70 Mrd. \$. Nach weiteren internen Berichten der chinesische Regierung müssen nach 2020 jedes Jahr zusätzlich weitere 243 Mrd. \$ in den Umweltsektor investiert werden, um drohende ökologische Katastrophen noch verhindern zu können, langfristig sogar weitere 2% des BIP (d.h. z. Zt. ca. 160 Mrd. \$) jährlich zusätzlich (Reuter 2013). Das summiert sich auf fast eine halbe Billion US-Dollar pro Jahr (ca. 380 Mrd. Euro). Zum Vergleich: die bereits erheblichen Umweltschutzaufwendungen Deutschlands liegen derzeit bei etwa 35 Mrd. €. Steigerungen in die Höhen des chinesischen Budgets sind aber undenkbar. Aber auch in Deutschland profitieren wir letztlich davon, dass sich die Chinesen beim Umweltschutz gerade nicht mäßigen, sondern ihre Investitionen massiv ausbauen.

Es ist nicht sinnvoll, Gewinninteressen und Profitmaximierung gegen Ökologie und Moral auszuspielen. Die Alternative kann nicht lauten: entweder Marktwirtschaft mit Wettbewerb und Wachstum *oder* ökologisches Wirtschaften. Die weitere wirtschaftliche Entwicklung Chinas, Indiens, Brasiliens und anderer vergleichbarer Staaten bringt zweifellos enorme ökologische Herausforderungen

mit sich. Diese lassen sich jedoch nicht mit westlicher Anti-Wachstums-Ideologie lösen, sondern nur mit Hilfe der ökonomischen Logik, die zu massiven Investitionen führt – und auch zu weiterem Wachstum.

Kontraproduktive Forderungen

Gut gemeinte, im moralischen Gewand auftretende Maßnahmen können im globalen Wettbewerb ökologisch kontraproduktiv sein. Das Engagement für ökologische Belange muss ökonomische *und* ökologische Gesetzmäßigkeiten in Rechnung stellen, damit es auch nach einer gründlichen Überprüfung tatsächlich ethisch wertvoll genannt werden kann. Ein prominentes Beispiel für solche kontraproduktiven Maßnahmen liefert der Anbau von Biokraftstoffen. Hier sind die Absichten zweifellos gut, aber die Auswirkungen durch den globalen Wettbewerb sind fatal. Der – auf Kosten von Nahrungsmitteln – verstärkte Anbau von Mais und anderen für Biokraftstoffe verwertbaren Pflanzen trägt dazu bei, dass die Preise für Lebensmittel in ärmeren Ländern steigen. Der Wettbewerb funktioniert völlig normal, aber er führt zu Ergebnissen, die sich für eine Seite nachteilig auswirken. Das heißt, die Rahmenbedingungen des Wettbewerbs sind nicht optimal gesetzt und müssten verändert werden. Damit ist nicht gemeint, dass wir auf ökologischere Mobilität verzichten sollten; nur müssen – gerade aus ethischer Sicht – die *Gesamtauswirkungen* betrachtet werden. Dazu gehören neben der Verteuerung und Verknappung von Lebensmitteln in weniger reichen Ländern auch weitere *ökologische* Auswirkungen. Es ist im Rahmen der Gesamt-Ökobilanz nicht klar, ob die positiven oder negativen *ökologischen* Auswirkungen überwiegen; so kann in bestimmten Ländern etwa die Bereitstellung neuer Anbauflächen die Klimabilanz verschlechtern und letztlich mehr Treibhausgase freisetzen (Bowyer 2010).

Eine Ethik des Wettbewerbs empfiehlt daher gerade *keine* Mäßigung: Die Anbieter sollen auch im Nahrungsmittelsektor in scharfe Konkurrenz zueinander treten, jedenfalls sollte der Wettbewerb als solcher nicht eingeschränkt oder gar abgeschafft werden. Stattdessen sind die Rahmenbedingungen so zu setzen, dass sie Wettbewerb *auch für die und zugunsten der Ärmere*n stattfinden lassen. Dass dies funktioniert, lässt sich an zahlreichen Beispielen zeigen. Nur zwei seien hier aufgeführt:

Wettbewerb senkt den Material- und Energieverbrauch in der Produktion: ökonomische und ökologische

Bewertung fallen hier nur dann auseinander, wenn man von staatlicher Seite energieintensive Betriebe künstlich belohnt, indem man sie system- und ökologiewidrig von der Erneuerbare-Energien-Umlage (EEG-Umlage) befreit (vgl. Kemfert 2013, Lütge 2013b). Ein anderes Beispiel: Cloud Computing liefert „in der Regel eine deutliche Verbesserung der Ökoeffizienz“ (Froböse 2012, S. 53).

Auf dem Lebensmittelmarkt führen die Wünsche der Verbraucher dazu, dass der Wettbewerb immer mehr Biomärkte hervorbringt: das Wachstum hier liegt bei etwa 9% pro Jahr (<http://tinyurl.com/om9ngw8>). Aber es sind eben nicht in erster Linie kleine lokale Erzeuger, die dafür verantwortlich sind, sondern große Ketten wie Alnatura, Denn's (mit etwa 100 Märkten bundesweit), Bio Company oder Whole Foods Market in den USA und Großbritannien. Deren Gewinnstreben im Wettbewerb dient der Umwelt massiv.

Viele weitere Beispiele ließen sich aufzählen. Insgesamt wird deutlich: Ökologische Verbesserungen sind nicht gegen die ökonomische Logik zu erkämpfen, und sie laufen nicht zwangsläufig auf eine Welt ohne Wachstum hinaus. Wachstum ist auf absehbare Zeit auch für ökologische Zwecke förderlich (vgl. auch Lütge 2013b). Keine Mäßigung, sondern scharfer Wettbewerb auch im Umweltsektor ist ethisch wünschenswert.

Literatur

BMUB (2012): GreenTech-Atlas 3.0 veröffentlicht. Umwelttechnologien auf dynamischem Wachstumskurs, Nr. 119/12, Berlin, 10.09.2012, <http://tinyurl.com/p3zvz9u>.

Bowyer, Catherine (11/2010): Anticipated Indirect Land Use Change Associated with Expanded Use of Biofuels and Bioliqids in the EU – An Analysis of the National Renewable Energy Action Plans, Institute for European Environmental Policy (IEEP).

Froböse, Klaus (2012): Steigert das Product-Service System Cloud-Computing die Ökoeffizienz?, Centre for Sustainability Management, Leuphana Universität Lüneburg, November 2012, S. 53.

Gordon, Kate – Kasper, Matt – Lyon, Susan (2011): Green Jobs by the Numbers. Top Clean Tech Sectors Saw Explosive Growth in 2003-2010 Despite the Great Recession. Center For American Progress, 3. October 2011, <http://tinyurl.com/o7dvzjg>.

Interview mit Li Lin vom WWF China (2011): Umweltschutz «China will grüner werden», 24.5.2011, <http://tinyurl.com/nyj4zt8>.

Kemfert, Claudia (2013): Kampf um Strom: Mythen, Macht und Monopole, Hamburg.

Lütge, Christoph (Hg.) (2013a): Handbook of the Philosophical Foundations of Business Ethics, 3 Bde., Heidelberg/New York.

Lütge, Christoph (2013b): Keine sinnvolle Idee: Suffizienz aus Sicht einer modernen Ethik, in: Politische Ökologie 135 (2013), S. 33-38.

Lütge, Christoph (2014): Ethik des Wettbewerbs: Über Konkurrenz und Moral, München.

Lütge, Christoph (2015a): Order Ethics vs. Moral Surplus: What Holds a Society Together?, Lanham, Md., im Druck.

Lütge, Christoph (2015b): Order Ethics and the Problem of Social Glue, erscheint in: University of St. Thomas Law Journal.

McKibben, Bill (2011): Erneuerbare Energie contra Kohlekraft: Chinesen hoffen auf grüne Wende. In: Spiegel Online, 19.06.2011, <http://tinyurl.com/3glh4kd>.

Reuter, Benjamin (2012): Umwelt – China steht vor einem Öko-Kollaps. In: Wirtschaftswoche Green, 19.12.2012, <http://tinyurl.com/mec7usl>.

Reuter, Benjamin (2012): Umwelt – China steht vor einem Öko-Kollaps. In: Wirtschaftswoche Green, 19.12.2012, <http://tinyurl.com/mec7usl>.

Reuter, Benjamin (2013): Umweltschutz – Für China wird es richtig teuer. In: Wirtschaftswoche Green, 27.03.2013, <http://tinyurl.com/kvb5tx6>.

Spiegel Online, 16.8.2010: China dreht Schmutz-Fabriken den Strom ab.

Trechow, Peter – Pester, Wolfgang (2011): China fördert Elektromobilität bis 2020 mit 11 Milliarden Euro. In: VDI Nachrichten, 27.5.2011, <http://tinyurl.com/o0l3gzs>.

Welzer, Harald (2013): Selbst denken: Eine Anleitung zum Widerstand, Frankfurt am Main.



Prof. Dr. Christoph Lütge

Prof. Dr. Christoph Lütge hat seit 2010 den neu geschaffenen Peter Löscher-Stiftungslehrstuhl für Wirtschaftsethik an der TU München inne. Nach Studium der Philosophie und Wirtschaftsinformatik (Promotion 1999) war er Assistent am Lehrstuhl für Philosophie und Ökonomik der LMU München (Habilitation 2005). Danach Forschungsaufenthalte an der University of Pittsburgh und California, San Diego, Visiting Professor an der Venice International University, Lehrstuhlvertretungen in Witten/Herdecke und Braunschweig und Auszeichnung mit einem Heisenberg-Stipendium.

wirtschaftsethik@edu.tum.de

KONTROVERS

Gemeinwohlbilanz und Gemeinwohlökonomie

Wie kann nachhaltiges Unternehmertum aussehen? Und wie wird das messbar? Besonders für kleine und mittelständische Unternehmen ist diese Frage eine Herausforderung. Denn Auditierungen sind aufwendig und teuer, und nicht auf die Bedürfnisse „der Kleinen“ zugeschnitten. Die Gemeinwohlbilanz, die Oliver Viest vorstellt, möchte eine Nachhaltigkeitsstrategie bieten, die einfach und preiswert ist und gleichzeitig Unternehmen die Möglichkeit gibt, sich gesellschaftsorientiert weiterzuentwickeln. Er beschreibt wie man in fünf Schritten zum gemeinwohlorientierten Unternehmen werden kann. Allerdings hält René Schmidpeter dagegen, dass die Gemeinwohlökonomie die konstruktiven Kräfte des Wettbewerbs verneint, die Grundlage der sozialen Marktwirtschaft sind. Für mehr Gemeinwohl taugen keine vermeintlich objektiven Kriterien, sondern die Verbindung von Nachhaltigkeit und Managementqualitäten. (JF)

Die Gemeinwohlbilanz: Hilfe bei der Nachhaltigkeitsstrategie für kleine Unternehmen

Oliver Viest

Das Wirtschaftsleben durchläuft derzeit einen Wertewandel: Konsumenten fragen nach der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit von Produkten, Mitarbeiter wünschen sich einen Arbeitgeber, der fair und transparent handelt. Doch wie können auch kleine Unternehmen auf diese geänderten Ansprüche reagieren, die gesellschaftlichen Veränderungen gar als Chance nutzen und diese mitgestalten? Die Gemeinwohlbilanz bietet kleinen und mittleren Unternehmen hierfür ein einzigartiges Instrumentarium.

Beim Thema Nachhaltigkeit stehen Unternehmen zahlreiche Wege und Orientierungsrahmen zur Verfügung: EMAS Plus, UN Global Compact, OECD-Leitsätze, Deutscher Nachhaltigkeitskodex, ISO 26.000 und Global Reporting Initiative (GRI) gehören zu den bekanntesten. Allerdings überfordern diese Standards häufig kleine und

mittlere Unternehmen (10 bis 250 Mitarbeiter), ganz zu schweigen von Kleinstunternehmen mit unter zehn Mitarbeitern. Die Auditierungs- und Lizenzierungskosten sind hoch, zudem liegt der Fokus dieser Standards eher auf einer Berichterstattung, denn auf einer gezielten, wertebasierten nachhaltigen Entwicklung.

Die „Gemeinwohlbilanz“ gibt kleinen Unternehmen genau an diesem Punkt wertvolle Hilfestellung und bietet als weltweit erster Berichtsstandard eine Bewertung aller Organisations-Aktivitäten unter dem Aspekt gesellschaftlicher Wirkung. Sie ist damit nicht nur Berichtsinstrument, sondern eignet sich hervorragend als Inspirations- und Handlungsrahmen in der Organisationsentwicklung kleiner Unternehmen.

Die Idee der Gemeinwohlbilanz wurde 2008 von österreichischen Unternehmerinnen und Unternehmern geboren und seitdem von einem internationalen Team ehrenamtlicher Redakteure in Kooperation mit Pionierunternehmen weiterentwickelt. Über 130 Unternehmen haben bislang eine solche Bilanz erstellt – von Ein-Personen-Firmen bis zu Banken. In 22 Staaten ist die Bewegung mittlerweile aktiv, über 1.600 Unternehmen haben sich als „Unterstützer“ registriert.

Hinter der Gemeinwohlbilanz steht keine gewinnorientierte Organisation sondern eine zivilgesellschaftliche Initiative. Ihr geht es darum, die Unternehmen bei ihrem gesellschaftlichen Engagement zu unterstützen und einen Wertewandel auszulösen. Deshalb stehen sämtliche Materialien nebst Handbuch mit vielen Beispielen aus der Unternehmenspraxis kostenlos zur Verfügung. Das gesammelte Wissen ist Open-Source und wird ständig erweitert. Diese Haltung macht eine Bilanzierung für Unternehmen authentisch und sorgt für niedrige Kosten: Eine Vor-Ort-Auditierung eines Unternehmens mit 10 Mitarbeitern wird mit rund 1.000 Euro berechnet, zuzüglich der obligatorischen Jahresmitgliedschaft von 300 Euro. Weitere Beiträge erheben die Initiatorinnen und Initiatoren nicht.

Humanistische Werte als Maßstab für Unternehmen

Der Maßstab eines Gemeinwohlberichts ist hoch und inspirierend zugleich: Ziel ist das Gelingen von zwischenmenschlichen, ökonomischen und ökologischen Beziehungen eines Unternehmens. Die Zielpunkte werden anhand von Best-Practice-Beispielen gesetzt, die gleichzeitig der Bewertung sämtlicher Aktivitäten des eigenen Unternehmens dienen. Mit der Stellungnahme zu 17 Fra-

gen und 19 „Negativkriterien“ legt das Unternehmen dar, wie es Werte wie ökologische Verantwortung, Gerechtigkeit, Transparenz und Mitbestimmung lebt: Wie umwelt- und gesellschaftsverträglich, wie fair und im besten Sinne nachhaltig wirtschaftet das eigene Unternehmen? Wie verhält es sich gegenüber Mitarbeitern, Lieferanten, Kunden, Investoren, der Gesellschaft und der Umwelt? Auch legale, aber gesellschaftlich schädliche Praktiken werden abgefragt und bewertet: Gibt es geplante Obsoleszenzen in den Produkten, wird die Steuerpflicht umgangen oder wurde ein Betriebsrat verhindert? Wird bei Lieferanten eingekauft, die die Menschenrechte verletzen?

Damit bewertet die Gemeinwohlbilanz als einziger derzeit verfügbarer Nachhaltigkeitsstandard nach eindeutigen, im privaten Rahmen meist selbstverständlich gelebten, humanistischen Werten. Ein Handbuch gibt den Unternehmern für jede einzelne Frage Best-Practice-Beispiele und definiert ein Ideal. Ein Punktesystem ermöglicht die Einordnung des eigenen Engagements und bildet damit die Grundlage für eine konsequente Nachhaltigkeitsstrategie.

Die aufgeworfenen Fragen führen zu einer erhöhten Sensibilisierung gegenüber Themen, die meist nicht im Tagesgeschäft beachtet werden: Woher stammt unser zur Finanzierung benötigtes Geld? Ist die Arbeit im Unternehmen fair verteilt? Welche gesellschaftliche Wirkung hat der eigene Output? Wie viel Mitbestimmung ist sinnvoll? Im Bericht können die Überlegungen zu diesen Fragen dargelegt und die Ziele in den unterschiedlichen Bereichen öffentlich formuliert werden. Damit wird eine weitere wesentliche Funktion des Gemeinwohlberichtes deutlich: Er ist Inspirationsquelle für das gesamte Unternehmen.

Mehrwert für das eigene Unternehmen - und die Gesellschaft

Häufig entdecken die Unternehmerinnen und Unternehmer im Rahmen der systematischen Erhebung erstmalig, wie viel das eigene Unternehmen bereits leistet. „Auch vielen Mitarbeitern ist jetzt erst bewusst geworden, wie viele Maßnahmen unser Unternehmen – auch ohne vertragliche Regelung – bereits in ihrem Sinne vornimmt“, sagt Markus Elbs, Geschäftsführer der Kirchner Konstruktionen GmbH aus Weingarten.

Auch die Druckerei Sonnendruck GmbH aus Wiesloch hat ihre Aktivitäten in Form eines Gemeinwohl-

berichts dokumentiert und veröffentlicht. „Wir werden immer öfter von Kunden angesprochen, die von unserer Philosophie begeistert sind“, sagt Geschäftsführer Uwe Treiber. Ein solcher Bericht schaffe zudem eine neue, persönlichere Kommunikationsebene im Gespräch mit Geschäftskunden, findet auch Florian Gerull, Geschäftsführer von Ökofrost aus Berlin. Man werde vom reinen Lieferanten plötzlich zum Partner und Mitmenschen: „Wir nutzen den Bericht im Kontakt zu Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern“. Und Christine Miedl, Direktorin Unternehmenskommunikation der Sparda-Bank München bestätigt: „Besonders bei der Gewinnung neuer Mitarbeiter und Auszubildender hat unser Engagement für die Gemeinwohl-Ökonomie eine hohe Bedeutung.“

Gut kommuniziert, führt eine Gemeinwohlbilanzierung zu einer stärkeren Kundenbindung und attraktiveren Bewerbungen. Die nachhaltigste Auswirkung entsteht indes durch den Erhebungsprozess (und anschließenden Optimierungsprozess) selbst. Fast alle bilanzierten Unternehmen haben, inspiriert durch die Berichtserstellung, damit begonnen, an einzelnen Punkten zu arbeiten und ihr Tun zu systematisieren. „Die Mitarbeiter hatten dabei die zentrale Rolle. Sie haben sich das Ganze erarbeitet und setzen es jetzt gemeinsam mit dem Management um“, beschreibt Vorstandsmitglied Georg Gundolf von der Raiffeisenbank Lech am Arlberg den Prozess. Ganz nebenbei werden die Unternehmen so zu gesellschaftlichen Mitgestaltern und Pulsgebern einer humanistischen Wirtschaft mit klarer Haltung.

Fünf Schritte zu einem gemeinwohlorientierten Unternehmen

Ausgangspunkt für eine Gemeinwohlbilanzierung ist die „GWÖ-Matrix“ mit 17 Fragestellungen sowie 19 „Negativkriterien“ zu allen Funktionsbereichen eines Unternehmens. Mit deren Beantwortung wird der eigene Gemeinwohlbericht erstellt. Durch das anschließende Testat des externen Auditors wird daraus dann die „Gemeinwohlbilanz“. In der Praxis haben sich fünf Phasen der Umsetzung bewährt: (1) *Statuserhebung von Werten* in allen Funktionsbereichen eines Unternehmens: Unternehmensinformationen werden zusammengetragen; Prozesse, Maßnahmen und Strukturen dokumentiert – bei kleinen Unternehmen direkt durch die Geschäftsführung. Bei Unternehmen ab 50 Mitarbeitern werden verschiedene Abteilungen zur Informationssammlung eingebunden (Arbeits-

aufwand: 6-9 Arbeitstage je nach Dokumentationsstand). (2) *Erstellung eines Ergebnis-Berichts für den Auditor* – eventuell im inspirierenden Peer-Verfahren mit anderen GW-bilanzierenden Unternehmen. (Arbeitsaufwand: 2-4 Tage). Soll aus einem Bericht eine Bilanz werden, ist (3) eine *Auditierung* nötig. Im Rahmen eines Vor-Ort Audits werden die Angaben des Unternehmens geprüft und ggf. ergänzt (Arbeitsaufwand: 1-2 Tage). (4) *Veröffentlichung und Bewerbung*: Um die Ergebnisse kommunikativ zu nutzen ist es ratsam, den Audit-Bericht in eine attraktive Form zu überführen. Neben das Testat kann das Unternehmen einen frei gestalteten Bericht setzen. (5) *Interner Umsetzungsprozess*: Spätestens mit der Veröffentlichung des Berichts hat ein Unternehmen seine Optimierungspotentiale ausgemacht - von der Erstellung von White-Lists für den Einkauf über die gemeinsame Erarbeitung von Ethik-Richtlinien im Verkauf bis hin zur Entwicklung gezielter Teilhabe-Möglichkeiten für Mitarbeiter.

Mehr Informationen erhalten Sie über www.ecogood.org oder beim Autor.



Dr. Oliver Viest

ist geschäftsführender Gesellschafter der Kommunikationsagentur em-faktor, welches als erstes Unternehmen in Stuttgart eine Gemeinwohlbilanz erstellt hat. Er unterstützt mit 12 Mitarbeitern mittelständische Unternehmen bei Berichterstellung und Umsetzungsprozess. Dr. Viest ist zertifizierter Gemeinwohlberater, außerdem Dozent für Nachhaltigkeit und CSR an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen sowie der Hochschule Heilbronn und Ausbilder zum CSR-Manager an der Deutschen Fundraising Akademie.

ov@em-faktor.de

Gemeinwohlökonomie – Was ist des Pudels Kern?

René Schmidpeter

Ideen verändern die Welt – im Guten wie im Schlechten. Oft ist der Kern von Ideen nicht leicht zu erfassen, bzw. sind die Konsequenzen für den Einzelnen nur schwer abzuwägen. Insbesondere kleine und mittlere Unternehmen erkennen oft nicht, welche Ideologien sie mit vermeintlich mittelstandsorientierten Ansätzen – wie zum Beispiel der Gemeinwohlbilanz – unterstützen. Deswegen gilt es, gerade bei sympathisch anmutenden Vorschlägen wie der Gemeinwohlbilanz, deren weltanschaulichen Kern klar zu benennen und die negative Verbindung zur Gemeinwohlökonomie/-ideologie für unsere Gesellschaft zu beleuchten.

Es besteht nämlich ein gravierender Unterschied zwischen der Idee der sozialen Marktwirtschaft und der Gemeinwohlökonomie! Die soziale Marktwirtschaft basiert auf der konstruktiven Nutzung von Wettbewerb – und ist im Gegensatz zur Gemeinwohlökonomie ein marktwirtschaftliches System. Gerade in der sozialen Marktwirtschaft spielen die mittelständischen Unternehmer, die tagtäglich im intensiven Wettbewerb wichtige unternehmerische Leistungen erbringen, eine herausragende Rolle. Die Gesellschaft profitiert durch den in der sozialen Marktwirtschaft zur Entfaltung kommenden Wettbewerb und die damit erzeugte unternehmerische Kreativität. Gerade diese Grundvoraussetzung des freien Wettbewerbs in unserer Gesellschaft wird von der Gemeinwohlökonomie massiv in Frage gestellt und versucht durch „vermeintlich“ objektivierbare Gemeinwohlkriterien zu konkurrenzen.

In der starken Verneinung der konstruktiven Kräfte des Wettbewerbs liegt damit einer der zentralen Fehler der Gemeinwohlökonomie, die sich damit zu Unrecht als marktwirtschaftliches System bezeichnet. Denn die grundlegende normative Annahme – Wettbewerb ist per se schlecht und Kooperation ist per se gut – zieht sich durch das gesamte Werk der Gemeinwohlökonomie und ist damit auch Basis der damit verbundenen Gemeinwohlbilanzierung.

Die Gemeinwohlbilanz steht damit im starken Kontrast dazu, was erfolgreichen Unternehmern und Ökonomen gleichermaßen längst bewusst ist: Wettbewerb ist nicht gleich Wettbewerb und Kooperation ist nicht gleich Kooperation. Denn der für die Marktwirtschaft wünschenswerte Wettbewerb auf der Seite der Anbieter genau wie der Wettbewerb auf Seite der Nachfrager führen erst zur gesellschaftlich erwünschten Kooperation zwischen den beiden Tauschpartnern und damit zum Wohle aller.

Denn würde eine Seite nicht unter Wettbewerb stehen, dann könnten Sie den Preis für das Produkt diktieren. Aufgrund des Wettbewerbs ist der Anbieter jedoch dem Druck ausgesetzt, das Produkt so günstig wie möglich anzubieten. Der Nachfrager wiederum ist aufgrund der Konkurrenz mit anderen Nachfragern gezwungen, einen möglichst fairen Preis zu bieten (der seinem tatsächlichen Nutzen entspricht). Erst der Wettbewerb führt daher dazu, dass für beide Seiten ein optimaler Tausch und damit erst die gesellschaftlich erwünschte Kooperation zustande kommt.

Würden hingegen die Teilnehmer auf einer Marktseite miteinander kooperieren und zum Beispiel ein (Gemeinwohl-)Kartell bilden, könnten sie die Marktteilnehmer auf der anderen Marktseite übervorteilen. Der gesellschaftlich gewünschte Tausch/Kooperation würde dann gegebenenfalls nicht oder nur unter Druck zustande kommen. Wettbewerb ist fundamental für eine Marktwirtschaft, auch und gerade um Unternehmen in ihre Grenzen zu verweisen! Somit muss eine marktwirtschaftliche Konzeption einer freien Gesellschaft die differenzierte Bewertung von Wettbewerb erlauben. Eine Differenzierung, die bei der Gemeinwohlökonomie so nicht vorkommt. Alle auf der Konzeption der Gemeinwohlökonomie aufbauenden Instrumente – wie zum Beispiel die Gemeinwohlbilanz – bleiben damit bestenfalls unterkomplex oder entwickeln gesamtwirtschaftlich gesehen sogar eine Gefahr für das Gemeinwohl, indem sie falsche Anreize für die Unternehmen setzen!

Es bleibt die Frage, warum im Namen des Gemeinwohls ausgerechnet dieser für uns alle förderliche Wettbewerb abgeschafft werden soll? Warum sollte man Unternehmer, die mit ihrem eigenen Vermögen das Unternehmen aufbauen und das Risiko tragen, um die Früchte ihres Ertrags bringen, wenn diese nicht mehr im Unternehmen mitarbeiten? Warum sollte ein „Gemeinwohlat“

vorgeben dürfen, was gesellschaftlich erwünscht ist und was nicht? Ist es erlaubt, Fleisch zu essen/produzieren, oder gibt es dafür „Gemeinwohl“-Punktabzug? Ist das Wohl des Einzelnen weniger wert als das Wohl der Gemeinschaft? Muss die Freiheit des Einzelnen gar dem Prinzip des Gemeinwohls geopfert werden? Kann die Minderheit des „Gemeinwohls“ der Mehrheit ihren Willen aufzwingen?

Die Gesellschaft muss diese weitreichenden Forderungen frühzeitig einer allgemeinen Betrachtung unterziehen, um die Folgen für alle Menschen transparent zu machen. Dies gilt auch für eine weitere Forderung der Gemeinwohlökonomie: Nämlich, dass es niemandem zum Vorteil gereichen darf, wenn er sich aus bloßem „Gewinnmotiv“ sozial und ökologisch verhält. Dies ist sicherlich eine weitere schwerwiegende Forderung der Gemeinwohlökonomie. Denn es stellt sich natürlich die berechnete Frage: Sollen Unternehmen, die ihre Mitarbeiter nur deshalb gut behandeln, um dadurch höheren Einsatz und Arbeitsleistung zu erzielen, dafür bestraft werden? Sie handeln ja aus dem vermeintlich „falschen“ Motiv heraus.

Sicherlich nicht! Denn gerade das Motiv der Gewinnerzielung führt zu vielen gewünschten positiven Resultaten: So versucht der Unternehmer optimale Leistungen für seine Kunden zu erbringen, um diese für sich zu gewinnen und damit Gewinne zu erzielen. Er schafft für seine Mitarbeiter ein gutes Arbeitsumfeld, um deren Motivation und Loyalität zu erhöhen und damit die Gewinne seines Unternehmens zu erhöhen. Er setzt sich für sein Umfeld ein, weil er weiß, dass sein Unternehmen sich nur in einem prosperierenden Umfeld positiv entwickeln kann. Somit kommt der Einsatz für seine Mitarbeiter, seine Kunden und seine Gemeinde auch immer wieder dem Unternehmer selbst zu Gute. Ist das Interesse am Gewinn etwa ein „schlechtes“ Motiv? Gibt es für die am eigenen Wohl orientierten Motive einen Gemeinwohlpunktabzug? Ganz im Gegenteil: Erst das Gewinnmotiv schafft oft die Anreize, die gesellschaftlich dringend benötigte Wertschöpfung effizient und in Kooperation mit anderen zu organisieren!

Auch bei der Beurteilung von Motiven greift die Gemeinwohlökonomie in eine vormoderne, antiökonomische Schublade, um vermeintlich „gutgesinnte“ Unternehmer für sich zu gewinnen und vermeintlich „schlech-

te“ Unternehmen zu maßregeln! Aber diese Beurteilung von Motiven durch Dritte ergibt einer freien Gesellschaft keinen Sinn und führt schlimmstenfalls sogar zu Verhältnissen, die ganz sicher viele Unterstützer der Gemeinwohlökonomie nicht wollen.

Angesichts der weitreichend antimodernen Vorschläge der Gemeinwohlökonomie sind daher umso drängender die neuesten Erkenntnisse des Nachhaltigkeitsmanagements und der Corporate Social Responsibility-Forschung auch für den Mittelstand fruchtbar zu machen. Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (deutscher-nachhaltigkeitskodex.de) übersetzt wichtige Eckpunkte eines Nachhaltigen Unternehmertums in konkrete Indikatoren und Maßnahmen und hilft so Nachhaltigkeit in das Unternehmen zu integrieren. Anders als zum Beispiel die Global Reporting Initiative ist dieser mittelstandsorientierte Kodex auch für kleine und mittlere Unternehmen leicht anwendbar. Weitere Unternehmensansätze, die der wachsenden CSR-Literatur (Schneider/Schmidpeter 2015) zu entnehmen sind, zielen darauf ab, die ökonomischen, sozialen und ökologischen Herausforderungen in alle Geschäftsfelder umfassend zu integrieren, um neue unternehmerische Lösungswege aufzuzeigen. Unternehmer erkennen dabei, dass es in ihrem ureigenen Interesse liegt, ihre Produkte und Märkte in Richtung Nachhaltigkeit und gesellschaftlichen Mehrwert zu entwickeln. Nur so können sie die eigene unternehmerische Wertschöpfung den neuen gesellschaftlichen Herausforderungen anpassen und wettbewerbsfähig bleiben.

Es ist daher notwendig, das generelle unternehmerische Wissen (z.B. Finanz, HR, PR, Marketing etc.) mit Nachhaltigkeit sowie den aktuellen gesellschaftlichen Fragestellungen konsequent zu verbinden. Dafür benötigen wir nicht mehr Gemeinwohlökonomie, sondern ein weitreichendes ökonomisches Wissen, ein integratives Nachhaltigkeitsverständnis sowie mehr unternehmerische Kreativität in unserer Gesellschaft. Denn, nur wenn Unternehmen in ihrem gesamten Handeln und in allen Bereichen nachhaltig agieren, können sie im verstärkten globalen Wettbewerb um die besten unternehmerischen Lösungen bestehen und wettbewerbsfähig bleiben. Die systemische Verknüpfung des Nachhaltigkeitsprinzips mit dem in Deutschland breiten vorhandenen Managementwissen ist daher der gewinnbringende Lösungsansatz, um gesellschaftlichen Mehrwert und

unternehmerischen Erfolg konstruktiv zu verbinden. Nicht die Gemeinwohlökonomie, sondern mehr unternehmerischer und betriebswirtschaftlicher Sachverstand sind Bedingung für mehr Unternehmertum und Gemeinwohl! Ganz im Sinne der sozialen Marktwirtschaft!

Literatur:

Schneider, Andreas – Schmidpeter, René (Hg.) (2015): Corporate Social Responsibility, 2. Auflage.



Prof. Dr. René Schmidpeter

hat den Dr. Jürgen Meyer Stiftungslehrstuhl für internationale Wirtschaftsethik und CSR an der Cologne Business School (CBS) inne. Seit über 15 Jahren arbeitet und forscht er im Bereich gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. Er ist Gastlektor an renommierten Hochschulen im In- und Ausland (Harvard, Nanjing, Perth) und Herausgeber der innovativen Management-Reihe CSR bei Springer Gabler.

rene.schmidpeter@gmx.de

NEUERE FORSCHUNG

Zur Rolle privater Akteure, insbesondere Unternehmen, bei Armutsbekämpfung und Schaffung eines inklusiven Wirtschaftssystems

Daniela Ortiz

Wirtschaftliches Wachstum gilt als eines der wichtigsten Instrumente zur Reduktion von absoluter Armut. Wie Ferreira und Ravallion (2009) feststellten, ist der Anteil der Weltbevölkerung, der unter der absoluten Armutsgrenze lebt, von 40% (in 1981) auf 18% (in 2004) gesunken. Dieselben Autoren erklärten weiter, dass die positive Entwicklung bei höheren Armutsgrenzen, wie z.B. 2,00 \$ oder gar 5,00 \$ pro Tag gemäßiger ausgefallen ist. Zusätzlich zur produktiven Aktivität bedarf es zusätzlicher Faktoren, wie z.B. Investitionen in Infrastruktur, Bildung, Technologie usw., sowie der Schaffung von stabilen Institutionen, um von Entwicklung im umfassenden Sinne des Begriffes sprechen zu können.

Dass die Tötigung solcher Investitionen und die Schaffung von Rahmenbedingungen nicht allein Aufgabe des öffentlichen Sektors sein kann, der insbesondere in den ärmsten Ländern in vielen Fällen dysfunktional oder gar inexistent ist, wurde bereits von den großen entwicklungspolitischen Institutionen wie etwa dem United Nations Development Programme (UNDP) und der OECD erkannt. Diese Organisationen plädieren für eine breitere Definition von Wirtschaftsentwicklung, durch die einerseits die Wichtigkeit von Wirtschaftswachstum bekräftigt wird, andererseits aber berücksichtigt wird, dass positives Wachstum möglichst allen Sektoren der Gesellschaft, insbesondere den ärmsten, zugute kommen soll. Sowohl die OECD (2014) wie auch die UNDP (2008 und 2010) setzen dabei nicht nur auf makroökonomische oder politische Mechanismen der Umverteilung, die oft nur beschränkt einsetzbar sind und deren positive Ergebnisse nicht außer Frage stehen, sondern vielmehr fördern sie die Entwicklung von gemeinsamen Strategien aller beteiligten Akteure – Zivilgesellschaft, öffentliche und private Unternehmen, sowie der Staat – zur Erlangung eines „inklusive Wachstums“. Besonders wichtig dabei ist es zu gewährleisten, dass lokale und ausländische Unternehmen

den Bedarf an Fertigkeiten und Kompetenzen, letztlich an Humankapital, am lokalen Arbeitsmarkt decken können. Letztlich soll dieses „inklusive Wachstum“ auch ermöglichen, dass sowohl die letzten Glieder der Wertschöpfungskette als auch die breitere Gesellschaft, im Sinne eines Stakeholder-Ansatzes, die Vorteile einer wachsenden Produktivität genießen (OECD 2014). Der fundamentale Beitrag des privaten Unternehmenssektors in einer „inklusiven Wachstumsstrategie“ besteht demnach insbesondere in der Investition und der Produktion von Gütern, in der Inklusion von Armen und marginalisierten Gruppen in die Wertschöpfungsketten, im Transfer und Aufbau von technischem Know-how sowie in der Entwicklung von innovativen Ansätzen für die Lösung sozialer Probleme (UNDP 2008).

Diese Aufforderung, Armutsbekämpfung zu einem Problem aller politischen Sektoren zu machen, entspricht auch einem ethischen Imperativ. So wandte sich Papst Franziskus an die Teilnehmer des Treffens des Weltwirtschaftsforums 2014 in Davos mit den folgenden Worten: „In der Tat können diejenigen, die ihre Begabung zur Innovation und zur Verbesserung der Lebensbedingungen vieler Menschen durch ihren Einfallsreichtum und ihre fachliche Kompetenz bewiesen haben, noch einen weiteren Beitrag leisten, indem sie ihre Kenntnisse in den Dienst derer stellen, die noch in extremer Armut leben. Was wir brauchen, ist ein erneuerter, tiefgreifender und erweiterter Sinn für Verantwortung bei allen. (...) Solche Männer und Frauen sind in der Lage, dem Gemeinwohl effektiver zu dienen und die Güter dieser Welt für alle zugänglicher machen.“ Auch in der wirtschaftsethischen und in der Management-Literatur wurde der Gedanke, die soziale Verantwortung von Unternehmen beziehe sich auch auf die Bewältigung globaler Probleme wie Armut, bereits aufgenommen (u.a. Hahn 2009).

Der vorliegende Beitrag fasst eine Studie zusammen, die am Forschungszentrum „Markets, Culture and Ethics (MCE)“ in Rom durchgeführt wurde. Dabei wurde der Frage nachgegangen, ob die heute meistdiskutierten Ansätze an der Schnittstelle von Management und entwicklungsrelevanter Themen genügen, damit die ethische Aufforderung zu einer effektiven globalen Solidarität und einer stärkeren Orientierung der privaten Akteure am Gemeinwohl ihren Niederschlag in der unternehmerischen Praxis findet. Es wurde festgestellt, dass insbesondere in der Theoriebildung über den Zusammenhang von unternehmerischer Aktivität und gesellschaftlicher Entwick-

lung – business and society – noch Raum für Entwicklung besteht. Auch in der Ausarbeitung und Formulierung von Strategien zur Armutsbekämpfung besteht noch Forschungsbedarf. Diese Bereiche scheinen aus der Perspektive der Praxis insofern relevant, da diese Inhalte zur Ausbildung von Führungspersönlichkeiten in Politik und Wirtschaft eingesetzt werden.

Theoriebedarf zum Zusammenhang von Unternehmensaktivität und Gesellschaft

Die aktuelle Forschung zu den Auswirkungen von grenzüberschreitenden Investitionen in der Entwicklung von Schwellenländern und LDCs (low development countries) hat gezeigt, dass positive Spillover-Effekte an verschiedene Bedingungen geknüpft sind. In den Fällen, in denen ein positiver Zusammenhang zwischen Entwicklungsindikatoren und FDI festgestellt wurde, konnte man im Empfängerland bereits gute infrastrukturelle und institutionelle Rahmenbedingungen vorfinden (vgl. etwa Nunnenkamp 2004; Yamin/Sinkovics 2009).

Weiters kommen Maltz und Schein (2012) bei einer näheren Untersuchung von sogenannten Creating Shared Value (CSV)-Initiativen, durch welche sich Unternehmen an der Lösung von sozialen Problemen gewinnbringend beteiligen (Porter/Kramer 2011), zum Ergebnis, dass Unternehmen nur dann Projekte mit einer langfristigen Perspektive angehen, wenn das wirtschaftliche Motiv nicht alleine im Vordergrund steht. Rein ökonomisch motivierte Unternehmen bevorzugen CSV-Initiativen mit einer kurzfristig messbaren Wirkung auf Rentabilität. Bei der Bildung von Humankapazitäten, Investitionen in Infrastruktur, usw. handelt es sich aber normalerweise um Initiativen, die nur langfristig – wenn überhaupt – ein positives ökonomisches Ergebnis erlangen können. Maltz und Schein (2012) behaupten daher, dass eher Unternehmen mit einer sogenannten „mission-driven perspective“, d.h. mit einer ausdrücklichen ethischen und nachhaltigen Strategie, bereit sein werden, CSV-Initiativen zu starten, in denen die finanzielle Rendite nicht im Vordergrund steht bzw. das gesellschaftliche Ziel größere Bedeutung hat. Dies ist insofern relevant, als Bottom of the Pyramid (BOP)-Strategien (Prahalad/Hammond 2002) bzw. entwicklungsrelevante Projekte mit einem vergleichsweise hohen finanziellen Risiko verbunden sind und diesbezüglich trade-offs bei der Zielerreichung unvermeidbar sind. Auf dieses Problem haben auch Crane et al. (2014) in ihrer

Kritik am CSV-Konzept hingewiesen. Auch Kolk et al. (2014) kommen zum selben Schluss bei BOP-Initiativen. Private Akteure müssen daher durch NPOs und staatliche Einrichtungen bei der Risikostreuung unterstützt werden. In diesem Sinne muss man zudem feststellen, dass Theorien weiter entwickelt werden müssen, in denen die Bedeutung von Solidarität und Orientierung auf das Gemeinwohl für die eigentliche unternehmerische Aktivität – im Sinne einer umfassenderen „theory of the firm“ – eindeutiger zutage treten.

Auch findet man in der Literatur eine steigende Anzahl von Beiträgen, die darauf hinweisen, dass es zur Ausarbeitung von effizienten Entwicklungspartnerschaften zwischen öffentlichen und privaten Akteuren nicht nur besserer finanzieller und institutioneller Incentives bedarf, sondern vielmehr einer Änderung von „mental Modellen“ (Calton et al. 2013) bei allen Beteiligten. Auch gibt es bereits einige Untersuchungen zu den besonderen Persönlichkeitsmerkmalen von sogenannten „responsible leaders“ (Mària/Lozano 2010) bzw. auch von „social entrepreneurs“ (Koe Hwee Nga/Shamuganathan 2010), das sind die Menschen, die erfolgreich soziale Veränderungsprozesse eingeleitet und weiter entwickelt haben. Hierbei erkennt man insbesondere die Bedeutung von systemischem Denken und einer Abwendung von einer zu stark unternehmenszentrierten Wertschöpfungsfunktion. Inwiefern diese Merkmale in den Curricula von Business Schools berücksichtigt werden sollten, bzw. könnten, wäre demnach weiter zu erforschen.

Erfolgsfaktoren bei Unternehmensstrategien zur Armutsbekämpfung

Die Analyse von bestehenden Unternehmensstrategien zur Armutsbekämpfung (u.a. Kolk et al. 2014; Banerjee / Duflo 2011) haben auch zu einigen interessanten Erkenntnissen geführt.

1. One Strategy does not Fit All

Armut ist ein komplexes Phänomen, das in verschiedenen Regionen und Sektoren unterschiedlich ausgeprägt ist und eine Vielzahl von Ursachen haben kann. Strategien zur Armutsbekämpfung müssen daher fokussiert sein, um effizient zu sein. In diesem Sinne ist es unabdingbar, entwicklungspolitische Ziele auf ein bestimmtes Problem einer bestimmten Bevölkerungsgruppe zu fokussieren und die mögliche Lösung weitestgehend mit der tatsächlichen

Unternehmensaufgabe zu verbinden. Unternehmen, welche die eigene Aufgabe in Form eines gesellschaftlichen Zwecks formulieren, könnten demnach eindeutiger ihren eigenen Beitrag zur Entwicklung definieren. Hier kommt auch die Bedeutung einer „mission-driven perspective of the firm“ zum Tragen.

Aber nicht nur auf der Ebene der einzelnen Unternehmen, sondern auf sektoraler und Branchen-Ebene können spezifische Entwicklungsziele formuliert werden. Kolk und van Tulder (2006) stellen fest, dass die meisten globalen Firmen im Sinne einer „conditional morality“ agieren, d.h. sich nicht so sehr nach individuellen ethischen Standards als vielmehr nach den spezifischen „community standards“ ihres Sektors oder ihrer Branche richten. Die Formulierung von ethischen Standards auf meso-Ebene könnte eine realistischere Perspektive zur Etablierung von globalen Verhaltenskodizes darstellen.

2. Professionalisierung der Prozesse rund um die multisektoralen Entwicklungspartnerschaften

Wie bereits erwähnt, besteht ein allgemeiner Konsensus darüber, dass Entwicklungsziele einer Zusammenarbeit unterschiedlicher Sektoren bedürfen. Hier wird aber ein großer Bedarf an Prozesseffizienz bei der Anbahnung und Durchführung von Projekten festgestellt (Kolk et al. 2008). Auch sind die Indikatoren für die Erreichung von sozialen, wirtschaftlichen und umweltrelevanten Zielen noch verbesserungswürdig (Brookings Institution 2013; Kolk et al. 2014).

3. Neue und bessere Finanzierungsinstrumente für Entwicklungsprogramme

Heute wird viel über „social impact capital“ sowie „blended finance“ als alternative Finanzierungsinstrumente und als erfolgreiche Beispiele einer Bündelung von Ressourcen für die Entwicklungshilfe gesprochen. Es ist aber noch zu untersuchen, welche institutionelle und ökonomische Rahmenbedingungen zu einer erfolgreichen Integration von Finanzierungsquellen führen.

4. Interdisziplinäre Forschungsvorhaben im Bereich Armutsbekämpfung und wirtschaftliche Entwicklung

In dieser Studie wurde auf Beiträge von verschiedenen Disziplinen, wie international business, Entwicklungsökonomik, strategische Unternehmensführung sowie auf institutionelle Quellen zurückgegriffen, um das Thema „unternehmerische Strategien zur Armutsbekämpfung“ so gut wie möglich begreifbar zu machen. Der Rahmen die-

ser explorativen Studie erlaubte aber nur die Darstellung eines sehr kleinen Ausschnittes dieses Forschungsfelds. Es scheint heute besonders notwendig zu sein, die verschiedenen Perspektiven zu verbinden, um Unternehmen und privaten Akteuren eine bessere Einsicht darüber zu geben, welche Rolle sie bei der Erreichung einer humanen globalen Entwicklung haben.

Literatur

- Banerjee, Abhijit V. – Duflo, Esther (2011):** Poor economics. A radical rethinking of the way to fight global poverty. 1st ed. New York.
- Brookings Institution (2013):** Reimagining the Role of the Private Sector in Global Development. In: Profitable Development Solutions. How the Private Sector Can Contribute to the Post-2015 Agenda. Brookings Institution (Global Economy and Development at Brookings), S. 6-12.
- Calton, Jerry M. – Werhane, Patricia H. – Hartman, Laura P. – Bevan, David (2013):** Building Partnerships to Create Social and Economic Value at the Base of the Global Development Pyramid. In: Journal of business ethics 117 (4), S. 721-733.
- Crane, Andrew – Palazzo, Guido – Spence, Laura J. – Matten, Dirk (2014):** Contesting the Value of "Creating Shared Value". In: California Management Review 56 (2), S. 130-153.
- Ferreira, Francisco H. G. – Ravallion, Martin (2009):** Poverty and Inequality: The Global Context. In: Salverda, Wiemer – Nolan, Brian – Smeeding, Timothy M. (Hg.): The Oxford handbook of economic inequality. Oxford, New York, S. 599-633.
- Ghoshal, Sumantra (2005):** Bad management theories are destroying good management practices. In: Academy of Management learning & education 4 (1), S. 75-91.
- Hahn, Rüdiger (2009):** The Ethical Rational of Business for the Poor – Integrating the Concepts Bottom of the Pyramid, Sustainable Development, and Corporate Citizenship. In: Journal of business ethics 84 (3), S. 313-324.
- Koe Hwee Nga, Joyce – Shamuganathan, Gomathi (2010):** The Influence of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start Up Intentions. In: Journal of business ethics 95 (2), S. 259-282.
- Kolk, A. – Rivera-Santos, M. – Rufin, C. (2014):** Reviewing a Decade of Research on the „Base/Bottom of the Pyramid“ (BOP) Concept. In: Business & Society 53 (3), S. 338-377.
- Kolk, Ans – van Tulder, Rob (2006):** Poverty alleviation as business strategy? Evaluating commitments of frontrunner multinational corporations. In: World Development 34 (5), S. 789-801.
- Kolk, Ans – van Tulder, Rob – Kostwinder, Esther (2008):** Business and partnerships for development. In: European Management Journal 26 (4), S. 262-273.
- Maddison, Angus (2003):** The world economy – Historical statistics. Paris, France: Development Centre of the Organisation for Economic Co-operation and Development (Development Centre studies).
- Maltz, Elliot – Schein, Steve (2012):** Cultivating Shared Value Initiatives: A Three Cs Approach. In: Journal of Corporate Citizenship (47), S. 55-74.
- Mària, Josep F. – Lozano, Josep M. (2010):** Responsible Leaders for Inclusive Globalization: Cases in Nicaragua and the Democratic Republic of the Congo. In: Journal of business ethics 93 (1), S. 93-111.
- Nunnenkamp, Peter (2004):** To what extent can foreign direct investment help achieve international development goals? In: The World Economy 27 (5), S. 657-677.
- OECD (2014):** Making Inclusive Growth Happen. Paris (Organization for Economic Cooperation & Development).
- Porter, Michael E. – Kramer, Mark R. (2011):** Creating shared value. In: Harvard business review 89 (1/2), S. 62-77.
- Prahalad, Coimbatore K. – Hammond, Allen (2002):** Serving the world's poor, profitably. In: Harvard business review 80 (9), S. 48-59.
- Scherer, Andreas Georg – Palazzo, Guido (2011):** The New Political Role of Business in a Globalized World: A Review of a New Perspective on CSR and its Implications for the Firm, Governance, and Democracy. In: Journal of Management Studies 48 (4), S. 899-931.
- Sison, Alejo José G. – Fontrodona, Joan – Arnold, Denis G. (2012):** The Common Good of the Firm in the Aristotelian-Thomistic Tradition. In: Business Ethics Quarterly 22 (2), S. 211-246.
- UNDP (2008):** Creating value for all: Strategies for doing business with the poor. United Nations Development Programme. New York.
- UNDP (2010):** The MDGs: Everyone's business. How inclusive business models contribute to development and who supports them. New York. Online unter: <http://tinyurl.com/k2p76bt>.
- Yamin, Mo – Sinkovics, Rudolf R. (2009):** Infrastructure or foreign direct investment? – An examination of the implications of MNE strategy for economic development. In: The Journal of World Business: Multinational Enterprises and Economic Development 44 (2), S. 144-157.



Mag. Dr. Daniela Ortiz

ist Forschungsbeauftragte am Forschungszentrum Markets, Culture and Ethics (MCE) (www.mceproject.org) an der Pontificia Università della Santa Croce in Rom. Zudem ist sie Lektorin für Business Ethics am Management Center Innsbruck (MCI). Sie promovierte in Rom zur sozialen Ethik und Philosophie von Wilhelm Röpke.

daniela.ortiz@mci4me.at

STICHWORT

Zur Annäherung von
Wirtschafts- und
Informationsethik

Oliver Bendel

1. Einleitung

Die Wirtschaftsethik verständigt sich seit geraumer Zeit mit anderen Bereichsethiken, etwa der Umweltethik, der Politikethik und der Rechtsethik. In der Informationsgesellschaft entsteht die Informationsethik (vgl. Kuhlen 2004). Diese befasst sich mit Verhaltensweisen wie Mobbing und Denunziation im Netz ebenso wie mit dem Verlust der informationellen Autonomie (vgl. Bendel 2012a). Im vorliegenden Beitrag werden Wirtschafts- und Informationsethik in einen Zusammenhang gestellt. Ausgehend von Einteilungen aus beiden Bereichsethiken werden gemeinsame Themen benannt. Am Beispiel der Industrie 4.0 zeigt der Verfasser in aller Kürze, wie sich die Bereichsethiken der moralischen Herausforderungen aus unterschiedlichen Perspektiven annehmen.

2. Die Informationsethik im Zentrum

Die Informationsethik hat die Moral der Informationsgesellschaft zum Gegenstand. Sie untersucht, wie wir uns, Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) und neue Medien anbietend und nutzend, in moralischer Hinsicht verhalten bzw. verhalten sollen (vgl. Bendel 2012b). Das sogenannte Ethik-Ei (vgl. Bendel 2013, S. 530ff.) illustriert, wie die Bereichsethiken an die Informationsethik heranrücken, mit dieser als Zentrum und Referenz. Es werden Beispiele der Schnittmengen von Wirtschafts- und Informationsethik aufgeführt, etwa Manipulation durch Suchmaschinen, Hochfrequenzhandel (High-Frequency Trading) und virales Marketing. Hinzufügen könnte man Wirtschaftsspionage mit Hilfe elektronischer Mittel und Monopolisierung im Bereich der Informationstechnologie (IT).

Die Schnittmengen entstehen durch die Diffusion der Informations- und Kommunikationstechnologien in die entsprechenden Bereiche. Es ist also die Wirtschaft des

20. und 21. Jahrhunderts, die eine neue Wirtschaftsethik ebenso notwendig macht wie deren Zuwendung zur Informationsethik. Dabei besitzen und behalten die Bereichsethiken unterschiedliche Perspektiven: Die Wirtschaftsethik interessiert sich für die Moral in der auf IKT und Informationssystemen (IS) basierenden und sich auf diese beziehenden Wirtschaft, die Informationsethik (und mit ihr die Technikethik) für die Moral der auf Wirtschaftlichkeitserwägungen und Ökonomieprinzipien basierenden Informationsgesellschaft.

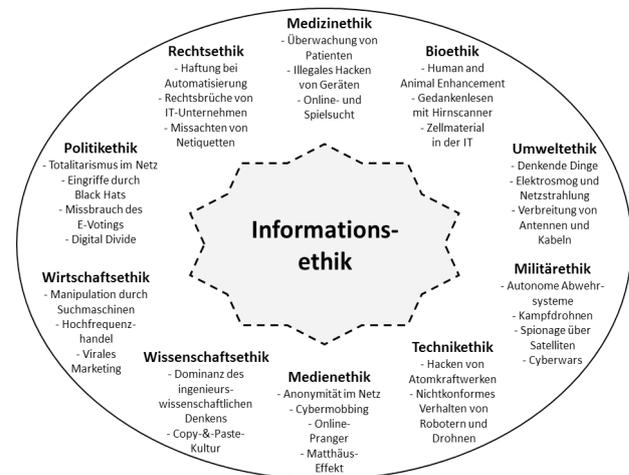


Abbildung: Ethik-Ei (Bendel 2013)

3. Themen der Wirtschafts- und Informationsethik

Wirtschafts- und Informationsethik können differenziert und systematisch nach Gemeinsamkeiten untersucht werden. Im Folgenden wird zunächst aus der Wirtschaftsethik, dann aus der Informationsethik heraus argumentiert, wobei jeweils die Sichtweise der korrespondierenden Bereichsethik mit aufgenommen wird.

3.1 Perspektive der Wirtschaftsethik

Als „Spezialthemen“ der Wirtschaftsethik können nach Pieper (2007, S. 99) u.a. „Theorien ökonomischer und ethischer Werte“, „Möglichkeiten einer Beschränkung ökonomischer Macht“, „ökonomische und ethische Güterlehre“, „ethische Verpflichtungen in der freien Marktwirtschaft“, „Legitimation zweckrationalen und technokratischen Handelns“, „ökonomische und moralische Kompetenz“ und „Modelle einer integrativen Wirtschaftsethik“ identifiziert werden. Göbel erkennt auf

der Mikroebene der Wirtschaftsethik Konsumentenethik, Produzentenethik und Investorenethik und damit die entsprechenden Akteure (vgl. Göbel 2010, S. 88ff.). In die genannten Spezialthemen können informationsethische Fragestellungen hineininterpretiert werden, etwa im Zusammenhang mit der Beschränkung ökonomischer Macht und der Legitimation technokratischen Handelns. Manche der Themen werden im Bereich des Politischen und Sozialen angesiedelt sein, andere in der (Wirtschafts-)Informatik und der korrespondierenden Industrie (Bendel 2014a). Die Beschränkung ökonomischer Macht ist mit Konsumentenethik, Produzentenethik und Investorenethik gleichermaßen verknüpft (vgl. ebd.). Wenn soziale, partizipative Medien, die man zu den Neuen Medien und den IS rechnen darf, die Wünsche und Belange von Personen und Gruppen zu kanalisieren und ihren Einfluss zu verstärken vermögen, etwa durch einfach zu bedienende Elemente und Interaktions- und Transaktionsmöglichkeiten aller Art, wie Like-Buttons und Micropayment-Systeme, ist man bei der (Wirtschafts-)Informatik und mithin Themen der Informationsethik angelangt.

Göbel betritt nicht nur die Mikroebene der Wirtschaftsakteure, sondern auch die Makroebene der Rahmenordnung und die Mesoebene der Unternehmensethik (vgl. Göbel 2010, S. 94ff.). Auf der Makroebene interessiert sie sich, in moralischer Hinsicht, für die wirtschaftlichen Institutionen, die Marktwirtschaft, die staatliche und überstaatliche Rahmenordnung. Interessiert könnte man überdies sein an der Informationsgesellschaft und der darauf aufbauenden Wissensgesellschaft (vgl. Bendel 2014a), mitsamt der Wissensökonomie und der Wissensarbeit (vgl. Reinmann 2009, S. 7ff.). Schon wäre man wieder mitten im Schnittbereich von Wirtschafts- und Informationsethik. Auf der Mesoebene behandelt Göbel die Moralfähigkeit von Unternehmen (als Organisationen) und die Verantwortung der Mitarbeitenden. Spezifischer könnte man nach der Moralfähigkeit von IT-Unternehmen fragen und nach der Mitverantwortung der für diese arbeitenden Informatiker und Wirtschaftsinformatiker, auch im Verhältnis zu den für sie geltenden Kodizes (vgl. Bendel 2014a).

Burkatzki und Altholz (2011) bringen im „Problem-aufriß“ eines Herausgeberbands den Begriff der Unternehmensethik mit den Phänomenen der Informationsgesellschaft und des Informationszeitalters zusammen. Auf deskriptiv-analytischer Ebene gelte es zu untersuchen,

„welche Regeln im Umgang mit Informationsgütern in verschiedenen gesellschaftlichen Teilbereichen steuerungswirksam sind“ (Burkatzki/Altholz 2011, S. 22). „Aus unternehmensethischer Perspektive interessiert hier im Besonderen, an welcher Stelle der unternehmerische Umgang mit Informationsgütern primär an Gesichtspunkten der ökonomischen Realität orientiert ist.“ (ebd.) Weiter gehe es darum, „bestehende Regeln auf mögliche Legitimitätsdefizite hin zu prüfen“ (ebd.) „Unternehmensethisch relevant werden Regeln der Erfassung, Verarbeitung und Weitergabe personenbezogener Informationen dabei insbesondere dort, wo etablierte Strategien eines ökonomisch-rationalen Umgangs mit Informationsgütern unter den gegebenen Rahmenbedingungen problematische Externalitäten im Hinblick auf das Selbstbestimmungsrecht von legitimen Stakeholdern ... erzeugen.“ (ebd.) In der Ausdrucksweise der Informationsethik weisen die Autoren also u.a. auf die informationelle Autonomie hin.

3.2 Perspektive der Informationsethik

Bei Bendel (2012a) werden mehrere Dutzend informationsethische Themenbereiche vorgestellt, die zum Teil auch wirtschaftsethische sind, die Einschränkung der Informationsfreiheit, die Dominanz ingenieurwissenschaftlichen Denkens, die Gefahren durch Automatismen und Manipulationen, die unter anderem von Anbietern und Betreibern stammen, die Abhängigkeit von IT-Unternehmen und IT sowie die Macht der IT-Konzerne, um nur ein paar zu nennen (vgl. Bendel 2012a und 2014a). Die Themen weisen eine Nähe zur Wirtschaftsinformatik auf. Besonders deutlich wird dies bei der Beleuchtung der „scheinbaren Prozessoptimierung“, bei der sich informations- und wirtschaftsethische Aspekte ergeben und deren Urheber die Wirtschaftsinformatiker und Betriebswirtschaftler sind; etliche Prozesse werden nach Bendel (2012a, S. 21ff.) effizienter, aber nicht effektiver, worunter Einzelne und Gesellschaften leiden mögen.

Wenn man die Informationsethik nach Capurro in Computer-, Netz- und Medienethik untergliedert oder nach Bendel (2014c) in „Computer-, Netz- und Neue-Medien-Ethik“, kann man die Internet- und IT-Firmen und ihre Kunden, die Netzbetreiber und -nutzer sowie die Medien und die Leser und Zuschauer ins Visier nehmen und insgesamt alle Marktteilnehmer auf diesen Gebieten, womit die Wirtschaftsethik gefragt ist (vgl. Bendel 2014a). Auch die im Kontext der Informationsethik von Kühlen

definierten Akteursgruppen sind teilweise marktnah und -bestimmend, wie Urheber und Künstler, Wissenschaft und Technik sowie – hier tauchen spätestens die Wirtschaftsakteure von Göbel auf (vgl. Göbel 2010, S. 88ff.) – Nutzer und Verbraucher (vgl. Kuhlen 2004, S. 60ff.).

4. Wirtschafts- und Informationsethik in der Industrie 4.0

Als wesentliche Faktoren der Industrie 4.0 kann man Automatisierung, Autonomisierung, Flexibilisierung und Individualisierung sowie Vernetzung bestimmen (Bendel 2014c), zur Verbesserung von Effektivität und Effizienz. Automatisierung mit ihren Anfängen in der Antike ist ein weites Feld. Relevant im vorliegenden Kontext ist vor allem die Automatisierung in der Digitalisierung, die computer- und chipgesteuerte Herstellung von Bedienungsfreiheit. Autonomisierung meint die zunehmend selbstständige Funktion und Kooperation von (spezialisierten und generalistischen) Robotern und cyber-physischen Systemen. Flexibilisierung ist gegeben, wenn just in time auf Anforderungen reagiert werden kann, auch auf spezielle, die wiederum mit der Individualisierung entstehen. Die Vernetzung umfasst Systeme (Produktionsanlagen, Industrie- und Serviceroboter sowie cyber-physische Systeme), Menschen (Manager, Angestellte, Arbeiter, Kunden in Wertschöpfungsprozessen) und Dinge (Internet der Dinge).

Automatisierung ist ein alter Gegenstand der Wirtschaftsethik; diese fragt nach der Ersetzung, aber auch nach der Unterstützung von Arbeitskräften. Die Informationsethik ist ebenso relevant, wenn Ersetzung und Unterstützung mit Digitalisierung zusammenhängen. Die Autonomisierung (in der Digitalisierung) wird seit einiger Zeit von Informations- und Technikethik untersucht. Die Wirtschaftsethik kann sich ihr unter dem Gesichtspunkt gesellschaftlich verträglicher Entscheidungen in der Wirtschaftswelt nähern. Beide sind mit der Verdrängung menschlicher Autonomie durch maschinelle in der modernen Ökonomie befasst, so wie es bei Algorithmic und High-Frequency Trading der Fall ist. Flexibilisierung und Individualisierung in der Digitalisierung können dazu beitragen, dringend benötigte Produkte schnell auf den Markt bzw. zum Kunden zu bringen, was sowohl Leiden mindern als auch Lust erzeugen kann. Zugleich belasten in großer Zahl hergestellte Gegenstände die Umwelt, was Thema der Umweltethik sein kann. Die Vernetzung schließlich

fordert die Wirtschaftsethik wegen der wechselseitigen Abhängigkeiten in der Wertschöpfungskette und die Informationsethik wegen der omnipräsenten Möglichkeiten von Datenabflüssen und -missbräuchen heraus.

5. Ausblick

In fortführenden Arbeiten müssen weitere Themen aufgespürt werden. Zudem gilt es die Zuständigkeiten zu klären und die Konsequenzen zu ziehen, nicht zuletzt aus wissenschaftstheoretischen und -ökonomischen Gründen. Sollen beide Bereichsethiken unabhängig voneinander ähnliche Fragen beantworten, unter Wahrung ihrer Perspektive? Sollen sie sich annähern, gemeinsame Positionen und Aktivitäten ein- bzw. aufnehmen? Als sicher kann gelten, dass die angewandte Ethik sich in Zukunft immer mehr solchen moralischen Fragen zu widmen hat, welche die Bereitstellung und die Nutzung von IKT, IS und Geräten respektive Maschinen aller Art – von Datenbrillen (Bendel 2014b) über private und wirtschaftliche Drohnen (Bendel 2015) bis hin zu selbstständig fahrenden Autos – betreffen. Viele Wirtschaftsethiker müssen sich neu orientieren, und manche haben es bereits getan.

Literatur

- Bendel, O. (2015):** Private Drohnen aus ethischer Sicht: Chancen und Risiken für Benutzer und Betroffene, in: Informatik-Spektrum, 14. Februar 2015 („Online-First“-Artikel auf SpringerLink).
- Bendel, O. (2014a):** Die Moral der Informationsgesellschaft: Für eine Renaissance der Informationsethik und eine Stärkung der Technologiefolgenabschätzung, in: Bellucci, Sergio / Bröchler, Stephan / Decker, Michael et al. (Hg.). Vordenken – mitdenken – nachdenken: Technikfolgenabschätzung im Dienst einer pluralistischen Politik. Reihe Gesellschaft – Technik – Umwelt, Berlin.
- Bendel, O. (2014b):** Die Datenbrille aus Sicht der Informationsethik: Problematisierung und Lösungsvorschläge, in: Informatik-Spektrum, 13. September 2014 („Online-First“-Artikel auf SpringerLink).
- Bendel, O. (2014c):** Industrie 4.0, in: Gabler Wirtschaftslexikon, Wiesbaden, über: <http://tinyurl.com/q4j5j5l>.
- Bendel, O. (2014d):** Informationsethik, in: Kurbel, K. / Becker, J. / Gronau, N. et al. (Hg.). Enzyklopädie der Wirtschaftsinformatik. 8. Aufl., München 2014, über www.enzyklopaedie-der-wirtschaftsinformatik.de.
- Bendel, O. (2013):** Die Medizinethik in der Informationsgesellschaft: Überlegungen zur Stellung der Informationsethik, in: Informatik-Spektrum, 6 (2013) 36, S. 530-535.
- Bendel, O. (2012a):** Die Rache der Nerds, Konstanz/München.
- Bendel, O. (2012b):** Informationsethik, in: Gabler Wirtschaftslexikon, Wiesbaden. <http://tinyurl.com/m3hr5tf>, Zugriff 17.02.2015.

Burkatzki, E. – Altholz, V. (2011): Unternehmensethik im digitalen Informationszeitalter: Ein Problemaufriss, in: Löhr, A. – Altholz, V. – Burkatzki, E. (Hg.) (2011): Unternehmensethik im digitalen Informationszeitalter, München/Mering, S. 11-28.

Göbel, E. (2010): Unternehmensethik: Grundlagen und praktische Umsetzung, Stuttgart.

Höffe, O. (2008): Lexikon der Ethik. 7. neu bearbeitete und erweiterte Auflage.

Kuhlen, R. (2004): Informationsethik: Umgang mit Wissen und Informationen in elektronischen Räumen, Konstanz.

Pieper, A. (2007): Einführung in die Ethik. 6. Auflage, Tübingen/Basel.

Reinmann, G. (2009): Studentext Wissensmanagement, Augsburg: Universität Augsburg, über: <http://tinyurl.com/yj9ee82>, Zugriff 17.02.2015.

WKWI; GI FB WI – Wissenschaftliche Kommission Wirtschaftsinformatik; Gesellschaft für Informatik, Fachbereich Wirtschaftsinformatik (2013): Profil der Wirtschaftsinformatik, in: Kurbel, K. – Becker, J. – Gronau, N., et al. (Hg.): Enzyklopädie der Wirtschaftsinformatik. 7. Auflage, München, über: www.enzyklopaedie-der-wirtschaftsinformatik.de, Zugriff 31.12.2013.

www.gi.de

www.s-i.ch.



Prof. Dr. Oliver Bendel

lehrt und forscht als Professor für Wirtschaftsinformatik an der Hochschule für Wirtschaft der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW, mit den Schwerpunkten E-Learning, Wissensmanagement, Social Media, Mobile Business, Wirtschaftsethik, Informationsethik und Maschinenethik. Mehr über www.oliverbendel.net.

E-Mail: oliver.bendel@fhnw.ch

PRAXISPROFIL

Grundsätze rechtmäßigen Verhaltens bei der Robert Bosch GmbH

Bernhard Schwager

Unternehmen werden zunehmend nicht nur als wirtschaftliche, sondern auch als gesellschaftliche Akteure mit einer vielseitigen Verantwortung angesehen. Sie streben deswegen nach einer Balance zwischen wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Belangen. Festgehalten werden daraus abgeleitete Anforderungen an die Unternehmensführung und Ansprüche an sich selbst in einem Wertesystem mit Themen wie Kundenorientierung, aber auch Offenheit, Respekt und Ehrlichkeit. Damit das Wertesystem in der Alltagspraxis Orientierung gibt, wird es über Leitlinien, Verfahren, Anreizsysteme und andere organisatorische Maßnahmen implementiert und routinisiert. Aber das ist nur der erste Schritt. Entscheidend sind das Führungsverhalten, das Vorbild des Top-Managements und klare Kommunikation der Wertekultur.

Als international führendes Technologie- und Dienstleistungsunternehmen mit rund 360.000 Mitarbeitern ist die Bosch-Gruppe ein weltweit präsenten Unternehmen. Die Bosch-Gruppe umfasst die Robert Bosch GmbH und ihre rund 440 Tochter- und Regionalgesellschaften in circa 60 Ländern. Inklusive Handels- und Dienstleistungspartner ist Bosch in ungefähr 150 Ländern vertreten. Sie erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2014 einen Umsatz von 49 Milliarden Euro. Die Aktivitäten gliedern sich in die vier Unternehmensbereiche Mobility Solutions, Industrial Technology, Consumer Goods sowie Energy and Building Technology. Der weltweite Entwicklungs-, Fertigungs- und Vertriebsverbund ist die Voraussetzung für weiteres Wachstum. Im Jahr 2014 meldete Bosch weltweit rund 4.600 Patente an. Mit innovativen und begeisternden Produkten und Dienstleistungen verbessert Bosch weltweit die Lebensqualität der Menschen.

Der Blick auf die bescheidenen Anfänge von Bosch als „Werkstätte für Feinmechanik und Elektrotechnik“, das 1886 von Robert Bosch gegründet wurde, zeigt den Entwicklungsprozess, den das Unternehmen durchlief. So folgte das Unternehmen während seiner gesamten

Entwicklung den Werten und ethischen Prinzipien seines Gründers Robert Bosch. Hierzu gehört insbesondere das Legalitätsprinzip. Robert Bosch selbst schrieb 1921: „Eine anständige Art der Geschäftsführung ist auf die Dauer das Einträglichste, und die Geschäftswelt schätzt eine solche viel höher ein, als man glauben sollte.“ In diesen Worten zeigt sich die noch heute gültige Überzeugung, dass Zuverlässigkeit, Glaubwürdigkeit und Legalität wesentliche Bausteine des geschäftlichen Erfolgs der Bosch-Gruppe sind.

Mit dem Compliance-Gebot verpflichtet sich Bosch stets vertrauensvoll und rechtmäßig zu agieren; alle geschäftlichen Aktivitäten der Bosch-Gruppe und ihrer Mitarbeiter müssen im Einklang mit den gesetzlichen Regelungen, dem Code of Business Conduct sowie weiterführenden internen Regelungen stehen. Dieses klare Bekenntnis verbindet alle Mitarbeiter von Bosch weltweit über Ländergrenzen und Kulturen hinweg. Die Bedeutung des Legalitätsprinzips wird auch durch die Mitgliedschaft bei Transparency International seit 1995 unterstrichen. Ferner hat sich Bosch den Prinzipien des UN Global Compacts und damit ebenfalls der Korruptionsvermeidung und -bekämpfung verpflichtet. Gleiches wird von Lieferanten gefordert.

Compliance-Organisation und Kontrollmechanismen

Neben diesem System von Selbstverpflichtungen und festgelegten Werten hat Bosch ein maßgeschneidertes Compliance-Programm und betreibt ein systematisches Risikomanagement. Gesetzesverstöße werden missbilligt und führen ungeachtet der hierarchischen Stellung im Unternehmen zu disziplinarischen Konsequenzen. Zu Präventions- und Kontrollmaßnahmen zählen unter anderem das Vier-Augen-Prinzip, die Personalrotation in sensiblen Bereichen, die strikte Trennung von Handlungs- und Überprüfungsfunktionen sowie regelmäßige Audits an Bosch-Standorten und bei Zulieferern. Für die Auditprozesse werden weltweit gültige Standards unter Berücksichtigung regionaler, rechtlicher und kultureller sowie Bosch-spezifischer Bedarfe genutzt und ständig optimiert. Als unabhängiger Auditor unterstützt die Interne Revision die Geschäftsführung weltweit bei der Wahrnehmung ihrer Leitungs- und Überwachungsfunktion mit den Schwerpunkten Legalität, Ordnungsmäßigkeit und Wirtschaftlichkeit von Geschäftsprozessen. Sie sind Kernbestandteil des Bosch Risiko-Management-

Systems und fördert das Risikobewusstsein sowie die Minimierung von Risiken.

Training

Jeder Mitarbeiter ist verantwortlich dafür, dass er das Compliance-Gebot einhält. Die Führungskräfte sind verpflichtet, sicherzustellen, dass ihre Mitarbeiter die Regelungen kennen und einhalten. Für bestimmte Mitarbeitergruppen sind die verfügbaren web-basierten Schulungen und Präsenzveranstaltungen zu Themen wie Kartellrecht, Exportkontrolle oder Produkthaftung teilweise verpflichtend und regelmäßig zu wiederholen. Über den Compliance Dialog wird in den jeweiligen Teams eine offene Diskussion über das Thema Compliance geführt. Durch den gemeinsamen Austausch sollen Konfliktsituationen im Arbeitsalltag diskutiert und gemeinsame Lösungen erarbeitet werden.

Meldung von Compliance-Vorgängen

Jeder Mitarbeiter aber auch jeder Geschäftspartner und Dritte können mögliche Verstöße gegen das Compliance-Gebot melden. Auf diese Weise können alle dazu beitragen, dass Fehlverhalten innerhalb der Bosch Gruppe aufgeklärt und für die Zukunft abgestellt wird. Hierzu wurde eigens eine Bosch Compliance-Hotline eingerichtet, die ebenfalls anonyme Meldungen ermöglicht. Eingegangene Meldungen werden unverzüglich an den zuständigen Compliance Officer zur Bearbeitung weitergeleitet. Er kann im Rahmen der Untersuchung weitere Fachabteilungen von Bosch einbinden und bei Bedarf entsprechende Maßnahmen einleiten. Hinweisgeber, die mögliche Compliance-Vorgänge nach bestem Wissen und in gutem Glauben melden, haben keine für sie nachteiligen Maßnahmen seitens des Unternehmens zu befürchten.

Der Legalitätsgrundsatz stellt für Bosch einen zentralen Pfeiler des Wertsystems mit fortlaufender Relevanz dar. Mit dem Code of Business Conduct und weiteren internen Regelungen ist ein solides Fundament gelegt, um das Vertrauen zu schaffen, das für den Geschäftserfolg so wichtig ist. Neben der Einhaltung des Legalitätsgrundsatzes hat es Bosch sich ebenfalls zur Aufgabe gemacht, Gefährdungen für Menschen und Umwelt zu vermeiden, Einwirkungen auf die Umwelt gering zu halten und mit Ressourcen sparsam umzugehen. Prozesse, Betriebsstätten und Betriebsmittel müssen den anwendbaren gesetz-

lichen und internen Vorgaben zu Arbeitssicherheit sowie Gesundheits-, Brand- und Umweltschutz entsprechen. Darüber hinaus nimmt der Schutz unserer eigenen Mitarbeiter eine sehr wichtige Rolle ein. Wir respektieren und schützen die persönliche Würde jedes Einzelnen und tolerieren keine unzulässige Diskriminierung. Wir lehnen Kinderarbeit innerhalb der Bosch-Organisation und bei unseren Geschäftspartnern strikt ab.



Bernhard Schwager

studierte von 1980 bis 1985 Technische Chemie an der Fachhochschule Nürnberg. Zwischen 1985 und 2005 war er zuerst als Umweltschutzbeauftragter eines Werkes und später als Referent für die Unternehmensreferate Umweltschutz und Technische Sicherheit der Siemens AG tätig, anschließend wechselte er zur Robert Bosch GmbH. Im Mai 2006 wurde Schwager zum Präsidenten des Verbandes der Betriebsbeauftragten e.V. (VBU) und im Mai 2008 zum Obmann des Ausschusses Umweltmanagementsystem/ Umweltaudit im deutschen Institut für Normung (DIN NAGUS) gewählt. Seit Januar 2009 hält er einen Master der Umweltwissenschaften. Schwager ist innerhalb der zentralen Kommunikationsabteilung als Leiter der Geschäftsstelle Nachhaltigkeit von Bosch tätig. In dieser Funktion ist er unter anderem Ansprechpartner für die verschiedenen Stakeholdergruppen und treibt Nachhaltigkeitsthemen voran.

bernhard.schwager@de.bosch.com

REZENSION

Katrin Hansen: CSR und Diversity

Springer Gabler 2014, 283 Seiten, 47 Abb., 29,99 Euro (E-Book 22,90), ISBN 978-3-642-55232-8

Diversity Management (DiM) umfasst einen erfolgreichen Umgang mit der Diversität von Personen in Organisationen, u.a. Alter, Geschlecht (biologisch und als soziale Konstruktion), Herkunft (Kultur, sozialer Hintergrund), Ethnie, Religion, sexuelle Orientierung, Behinderungen aber auch Familiensituation. Eine Verbindung von CSR und Diversity besteht z.B. über „Shared Value“ (Porter/Kramer) und als auch über „Sensemaking“ (Basu/Palazzo). Diversity umfasst einen Mehrebenenansatz. Stereotypenbildung basiert auf gesellschaftlichen Zuschreibungsprozessen, weshalb Kombinationen von behindernden Strukturmerkmalen (Intersektionalität) auftreten. So müssen Strategien der Makro-Ebene auf Prozess- und Teamebene (Mesoebene) und individuell (Mikroebene) umgesetzt werden. Drei zentrale Ansätze des DiM bestehen:

- (1) Der „Fairness und Discrimination Approach“ fußt auf gesetzlichen Rahmenbedingungen der Gleichbehandlung und findet seine Umsetzung z.B. in Quoten.
- (2) Der „Access and Legitimacy Approach“ gründet in der Idee, dass sich Märkte über Diversität besser erschließen lassen, so z.B. „Silvermarkets“.
- (3) Der „Learning und Effectiveness Approach“ gilt als organisationaler Lernansatz, der Horizonte erweitert, z.B. indem von Stereotypen geprägte Sichtweisen reflektiert werden. „Inclusion“ und damit Individualität sind zentral. Dies lässt sich nach K. Hansen mit einem ganzheitlichen CSR-Verständnis in Verbindung bringen.

Der erste Teil des Bandes widmet sich der Beziehung zwischen Diversity und CSR. G. Vedder und F. Krause vergleichen die Konzepte über Zielsetzungen, gesellschaftliche Treiber, Instrumente sowie deren Implementierung und Erfolgsmessung. Synergien bestehen z.B. in Stakeholderorientierung, Chancengleichheit, Gerechtigkeit oder der Langfristigkeit der Maßnahmenimplementierung. I. Koall und V. Bruchhagen analysieren Konflikt-

linien aus systemtheoretischer Perspektive und fragen, ob die Reichweite einer sozial-ethischen Orientierung von DiM schon beantwortet ist, da DiM meist der Marktlogik unterliegt. A. von Hardenberg und K. Tote stellen die Charta der Vielfalt vor und ziehen eine positive Bilanz des ersten deutschlandweiten Diversity Tages 2013.

Im zweiten Teil geht es um die Frage, wie Vielfalt gelebt wird. C. Meier und M. Blanche Mönning untersuchen die Situation von Künstlerinnen exemplarisch u.a. an Louise Borgeois und den Femen. Der Beitrag von F. Linde und N. Auerkorte-Michaelis widmet sich dem Hochschulkontext: Zentrale Handlungsfelder sind die curriculare Verankerung, die strukturelle Verankerung und die Kompetenzentwicklung der AkteurInnen u.a. über die Prozesse des Lehren und Lernens, Prüfens, Beraten und Betreuens. C. Stehr und M. Vodosek widmen sich einer Literaturanalyse empirischer Arbeiten. Negative wie positive Aspekte der Diversity werden angesprochen.

Der dritte Teil ist mit Inclusion in die Unternehmenspraxis überschrieben. Zentral ist der „Business Case“ DiM. D. Vogt und M. Stangel-Meseke berichten aus dem Programm Fit for Future (BP), wobei sie ein fragebogenbasiertes Evaluationskonzept mit Prä-Post-Design des DiM vorstellen. Henkel arbeitet mit einem marktorientierten Ansatz, den A. Boston vorstellt. Henkel befindet sich gerade in einer Phase der Sensibilisierung. B. Kasztan stellt die DiM-Aktivitäten von Ford vor, die schon in der Anwerbephase der so genannten „Gastarbeiter“ in den 60er Jahren begannen und heute auch ein „Community Involvement“ umfassen.

Im letzten Teil widmen sich Verbandsvertreter einer „nachhaltigen Praxis“ des DiM. C. Stienen vom Verband der Personalmanager beschreibt den Dynamic Gender Index, ein Berechnungssystem des Frauenanteils relativ zu anderen Kennzahlen der Unternehmensentwicklung. R. Behr stellt ein Statement des Völklinger Kreises zu DiM vor, H. Jablonski die Funktion von Beratung von DiM, insbesondere der Controlling-Funktionen des DiM. Das Konzept „Vielfalt gestalten in NRW“ erklärt D. de Ridder, wobei klassische personalpolitische Konzepte an Hochschulen adaptiert werden.

Ungeachtet der einleitenden Bemerkung von K. Hansen, dass von DiM nichts verstanden hat, wer es nur unter dem Aspekt des Business Case betrachtet, ist der Business Case dominant. Die Qualität der Beiträge variiert beträchtlich. So plausibel es erscheint, DiM in Zusammenhang mit CSR zu bringen (was neben DiM auch für

die Themen Gesundheit, Umweltschutzmanagement usw. gilt) so unausgereift wirkt noch eine gemeinsame Perspektive, sowohl aus theoretischer als auch aus praktischer Sicht. Lesenswert ist das Buch trotzdem: Interessante Einblicke in aktuelle Diskussionen und Praxis des DiM werden gegeben. Diversity, so schwer die gemeinsame theoretische Betrachtung mit CSR sein mag, ist ohne Zweifel praktisch relevant für CSR. Inclusion diverser Gruppen in Unternehmen und damit am Arbeitsmarkt ist zugleich Teilhabe an vielen anderen gesellschaftlichen Prozessen. Gemeinsamkeiten von DiM und CSR stehen damit erst am Beginn einer wissenschaftlich und praktisch fruchtbaren Diskurses.



Prof. Dr. Monika Eigenstetter

Die Rezensentin ist Professorin für Arbeits- und Organisationspsychologie an der Hochschule Niederrhein. Zuvor war sie Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Arbeits-, Betriebs- und Organisationspsychologie bei Prof. Dr. R. Trimpop an der Friedrich-Schiller-Universität Jena. Im DNWE leitet sie das Regionalforum NRW sowie den Arbeitskreis Arbeit und Ethik und ist in der Redaktion des Forum Wirtschaftsethik Online. Alles begann mit einer Ausbildung und Arbeit als Krankenpflegerin am Bezirkskrankenhaus Regensburg.

monika.eigenstetter@hs-niederrhein.de

NETZWERK DNWE

Wer, was, wann, wo und andere Hinweise auf die vielfältigen Aktivitäten unserer Mitglieder finden Sie auch in dieser Ausgabe. Wie immer ist die Auswahl zufällig und ohne jeden Anspruch auf Vollständigkeit. (iv)

DNWE unterwegs

Mit Werten führen – Etwa 3.000 Teilnehmer trafen sich vom 26. bis 28. Februar 2015 in Hamburg zum Kongress christlicher Führungskräfte. Dort stellte Prof. Dr. **Harald J. Bolsinger**, Hochschule für angewandte Wissenschaften FH Würzburg-Schweinfurt, seine Umfrage vor mit dem Titel „Mit Werten in Führung gehen“. Aus ihr geht hervor, dass Ehrlichkeit, Wahrhaftigkeit und Transparenz die wichtigsten Werte für den Unternehmenserfolg sind (<http://tinyurl.com/bolsinger>).

Globalisierung und Nachhaltigkeit – mit dem Thema „Business Ethics and Creativity: Facing Globalization and Struggling with Sustainability“ beschäftigte sich die 8. TransAtlantic Business Ethics Conference (TABEC) vom 23. bis 25. Oktober 2014 an der Universität von Notre Dame, Indiana (USA) (<http://business.nd.edu/ethicsconference>). Die TransAtlantic Business Ethics Conference findet alle zwei Jahre und nur auf Einladung statt. Wie **Georges Enderle** schreibt: “The objectives of the TransAtlantic Business Ethics Conference are to encourage dialogue between leading North American and European scholars in business ethics on topics of current interest and debate, and to create an ongoing framework to continue the TABEC conferences on a biennial basis.” Aus Nordamerika nahmen teil: George Brenkert (Georgetown University), Joanne Ciulla (University of Richmond), Andy Crane (York University), Georges Enderle (University of Notre Dame), Nien-he Hsieh (Harvard Business School), Daryl Koehn (University of St. Thomas, Minneapolis), Eugene Laczniak (Marquette University), Patrick Murphy (University of Notre Dame), Peter John Opio (University of Notre Dame), Michael Santoro (Rutgers Business School), and Patricia Werhane (DePaul University).

Aus Europa kamen: **Thomas Beschorner** (University of St. Gallen), Geert Demuijnck (EDHEC Business

School, Lille), Knut J. Ims (NHH Norwegian School of Economics), **Christoph Lütge** (Technische Universität, München), Eleanor O’Higgins (University College Dublin), Julia Roloff (ESC Rennes School of Business), and Antonio Tencati (Università degli Studi di Brescia).

Der Tagungsband, herausgegeben von Georges Enderle und Pat Murphy, wird im Dezember 2015 im Verlag Edward Elgar Publishing erscheinen unter dem Titel “Ethical Innovation in Business and the Economy”.



Die Teilnehmer der 8. TransAtlantic Business Ethics Conference

Deutsche Nachhaltigkeitsarchitektur - Als Vertreter des DNWE gehört **Joachim Fetzer** zum Lenkungsausschuss des Sustainable Development Solutions Network (SDSN) Germany. Auf Einladung der Co-Vorsitzenden des deutschen SDSN Dirk Messner und Klaus Töpfer tagte am 26. Februar 2015 in Berlin erstmals dessen Erweiterter Lenkungsausschuss. Diesem gehören u.a. die Vorsitzenden des Parlamentarischen Beirats für nachhaltige Entwicklung (PBNE), MdB Andreas Jung und MdB Lars Castellucci, sowie Ver-

treterInnen von Bundeskanzleramt, Bundesministerien, Ländern und Kommunen, dem Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE), von wissenschaftlichen Beiräten und der Kirchen. Diskussionsthema war die Stärkung deutscher Institutionen und Politikprozesse für die Umsetzung künftiger Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs). Beraten wurde auch eine Erklärung von SDSN-Germany zum G7-Gipfel in Elmau, welche am 18. März 2015 erschienen und unter www.sdsngermany.de abrufbar ist.

CSR-Forum – quo vadis? Erstmals seit dem Wechsel in der Leitung des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales tagte am 26. Januar 2015 das Nationale CSR-Forum in Berlin. An der Sitzung nahmen 18 Vertreter von 9 Bundesministerien und ca. 24 Vertreter von Gewerkschaften, Verbänden, Kirchen teil, darunter der DGB-Vorsitzende Reiner Hoffmann und **BDA**-Hauptgeschäftsführer Reinhard Göhner sowie – last but not least – 6 Unternehmensvertreter. Arbeitsministerin Andrea Nahles erwähnte in ihrer einführenden Rede die bisherige Arbeit positiv und betonte die Veränderung der internationalen Rahmenbedingungen seit Erstellung des Nationalen CSR-Aktionsplanes in 2010: die UN Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte, der Paradigmenwechsel in der EU-CSR-Strategie 2011, aber auch Rana Plaza. Als wichtigste Aktivitäten der Bundesregierung in Sachen CSR benannte sie die Initiative „Gute Arbeit weltweit“ von BMAS und BMZ im Rahmen der deutschen G7 Präsidentschaft, die Umsetzung der EU-Richtlinie zur CSR-Berichterstattung und die Erarbeitung eines Nationalen Aktionsplanes zur Umsetzung der UN-Leitprinzipien. Der Vorschlag zur Erarbeitung einer „Berliner CSR-Kompromisse“ durch das CSR-Forum traf bei zahlreichen Rednern der folgenden Diskussion auf einiges Erstaunen, könnte in dieser Hinsicht doch auf nicht einfach errungene Kompromisse der bisherigen Arbeit des CSR-Forums zurückgegriffen werden. Birgit Riess (**Bertelsmann Stiftung**), **Jürgen Janssen** (Deutsches Global Compact Netzwerk), Martin von Broock (**Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik**), **Josef Wieland** und **Joachim Fetzer** und andere aus dem DNWE-Mitgliederkreis beteiligten sich an der Diskussion, deren Auswertung im BMAS und im Lenkungsausschuss stattfindet.

Von und über uns

Die Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 11. April 2015 widmete **Tanja Gönner**, Vorstandssprecherin der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH und Mitglied im Kuratorium des dnwe ein vierspaltiges Porträt in der Reihe „Menschen & Wirtschaft“. Unter dem Titel „Die Kommandantin der Weißhelme“ präsentiert der Verfasser (Tim Kanning) Frau Gönner als „resolute Chefin“, der nach dem Umbau der Entwicklungshilfe nun das nächste Projekt ins Haus steht: der Aufbau einer Eingreiftruppe, ein mobiles Team aus Ärzten, Technikern und anderen Spezialisten, die innerhalb weniger Tage in Krisenregionen in aller Welt entsandt werden können.

Von Prof. Dr. Dirk **Ulrich Gilbert**, Universität Hamburg, sind drei Aufsätze erschienen: Rasche, Andreas – Gilbert, Dirk Ulrich (2015): Decoupling Responsible Management Education: Why Business Schools May Not Walk Their Talk, in: *Journal of Management Inquiry*, Vol. 24, No 3, forthcoming. DOI 10.1177/1056492614567315

Rasche, Andreas – Gilbert, Dirk Ulrich – Schedel, Ingo (2013): Cross-Disciplinary Ethics Education in MBA Programs: Rhetoric or Reality?, in: *Academy of Management Learning & Education*, Vol. 12, No. 1, pp. 71-85.

Gilbert, Dirk Ulrich – Behnam, Michael (2013): Trust and the United Nations Global Compact: A Network Theory Perspective, in: *Business & Society*, Vol. 52, No. 1, pp. 135-169. DOI 10.1177/0007650312459852

In seinem Buch „Bio-Logisch-Managen“ liefert der Autor **Folker Scholz**, Berlin, eine Einführung in die Wirtschafts- und Management-Prinzipien der Natur und erklärt auf unterhaltsame Weise ihre Anwendbarkeit für Unternehmen und die Gesellschaft. Natürlich werden Wachstum und Nachhaltigkeit thematisiert und auf die Bedeutung systemischer Zusammenhänge hingewiesen. Als Fazit fordert er eine neue Wirtschaftsethik, die sich unter anderem am Shared Value, einer Werte-DNS und an Kooperation orientiert. Erschienen ist das Buch im Nicolai Verlag. Nähere Informationen unter <http://www.nicolai-verlag.de/logisch-managen-p-433.html>.

Gemeinsam mit der Handelsblatt-Journalistin und Nachhaltigkeitsexpertin Susanne Bergius hat **Dr. Thomas Schulz**, Frankfurt, im Herbst 2014 bei Springer Gabler das Buch veröffentlicht: Schulz, Thomas – Bergius, Susanne

(Hrsg.), CSR und Finance. Beitrag und Rolle des CFO zu einer Nachhaltigen Unternehmensführung. Darin auch ein Beitrag von **Annette Kleinfeld** und Annika Martens zum Thema „Transparenz: Berichterstattung über Nachhaltigkeitsleistungen“. Siehe: <http://www.springer.com/gp/book/9783642548819>.

Die überarbeitete PhD Thesis von Dr. **Jörg Bürgi**, Vordemwald, Schweiz, unter dem Titel „Improving Sustainable Performance of SMEs: The Dynamic Interplay of Morality and Management Systems“ wurde von Globoethics.net veröffentlicht. Man kann sie dort kostenlos herunterladen. <http://tinyurl.com/buergi>.

Woran erkennt der Auftraggeber einen ehrbaren Interimsmanager? Mit dieser Frage beschäftigt sich **Rudolf X. Ruter**, Stuttgart, in seiner Kolumne auf Seite 30 und 31 im DDIM Interim Manager, Online Ausgabe 4 / 2014 vom 18. Dezember 2014. Teil 1 dieser Kolumne findet man auf Seite 30 und 31 im DDIM Interim Manager, Online Ausgabe 3/2014 vom 14. Oktober 2014.

Personalia

Das dnwe trauert um ein Mitglied seines Gründungsvorstandes. **Rudolf Fiege** ist am 14. Januar 2015 im Alter von 79 Jahren verstorben. In einem Brief des Vorstandes an seine Witwe heißt es: „Als Gründungsmitglied und Gründungs-Vorstandsmitglied hat Rudolf Fiege von Beginn an eine ganz zentrale Rolle für unser Netzwerk gespielt, gehörte er doch zu den wenigen „Praxisvertretern“, die sehr früh die Bedeutung unsres Themas für eine zukunftsfähige Wirtschafts- und Unternehmensführung erkannt haben. ... So hätte es ohne seine Impulse und seinen aktiven Beitrag – auch nach seiner Amtszeit im DNWE-Vorstand - den Arbeitskreis „Personal und Ethik“ nie gegeben, aus dem ein Ethik-Kodex für die Personalarbeit hervorgegangen ist.“

Ein Ausspruch des Verstorbenen: „Betrachte Menschen nicht als ‚human resources‘, sondern als Personen, und die sogenannten ‚betrieblichen Notwendigkeiten‘ als Gestaltungsräume und nicht als Zwänge. Und handle danach.“

Rudolf Fiege hatte Psychologie und Theologie studiert und wechselte nach einer kurzen Zeit im Kirchendienst in die freie Wirtschaft. Der Berufsweg führte vom Werbetexter in das Management des Technik-Konzerns

IBM. Zuletzt war er dort Personalleiter. Mit 75 Jahren, nachdem er noch vier Jahre Geschäftsführer der Breuninger-Stiftung war und als Berater arbeitete, gab Rudolf Fiege schließlich alle Aufgaben und Ehrenämter ab. Nur das des Vorlesepaten nicht.



Rudolf Fiege zwischen Annette Kleinfeld und Horst Steinmann beim Jubiläumssymposium im März 2013

Die letzte DNWE-Veranstaltung, die Rudolf Fiege besuchen konnte, war das Symposium anlässlich des 20-jährigen Bestehens des DNWE im März 2013. Dort konnte er noch persönlich den Dank für sein langjähriges Engagement entgegen nehmen.

Wir begrüßen als neue Mitglieder:

macondo publishing GmbH, Münster, Dr. Elmer Lenzen
Michael Garkisch, Ansbach
Marcel Pillath, Friedrichshafen
Klaus Schuler, Tübingen
Dr. Wittigo von Rabenau, Maxdorf
Alex Wunderle, Würzburg
Heidrun Zeug, Mittenberg
Stefanie Zornow, Jena

FINIS

Europäische Werte – Identität und Prozess

Josef Wieland

Gibt es so etwas wie europäische Werte oder gar eine europäische Kultur? Etwas, auf das die Menschen in Europa sich berufen und stützen können in ihrem Alltagshandeln und -erleben? Etwas, das einen distinkten Wirtschaftsstil begründen und damit auch Orientierung für die Ethik der Wirtschaft bieten könnte? Solche und ähnliche Überlegungen verbinden sich in der Regel mit der Frage nach einer „European Business Ethics“, und sie standen im letzten Jahr im Mittelpunkt der EBEN-Jahrestagung.

Werte und die sich darauf beziehenden und bildenden Kulturen sozialen Handelns kann man identitätstheoretisch verstehen. Es sind dann diejenigen Wertvorstellungen, die einer sozialen Gemeinschaft von außen zugeschrieben werden und die sie für sich selbst akzeptieren, welche deren Identität bilden. So könnte man etwa sagen, dass in Kontinentaleuropa Gleichheit und Gerechtigkeit eine handlungsorientierende Rolle spielen, während in den angelsächsischen Ländern eher Freiheit und Fairness betont werden. Wie man es auch dreht und wendet, eine europäische Identität ergibt sich daraus nicht, sondern eher die verschiedener Regionen Europas und der Welt. Identität verweist auf Differenz und reproduziert sie. Ein Blick in die empirisch vorgehende kulturvergleichende Forschung, also etwa die Arbeiten von Geert Hofstede und Fons Trompenaars, belegen diesen Befund.

Allerdings ist das identitätsstiftende Moment von Werten nur ein möglicher Aspekt der Betrachtung. Man kann sie auch als Ereignisse in einem Prozess auffassen und kommt dann vielleicht weiter, wenn man akzeptiert, dass moralische Prinzipien und Werte aus dieser Prozesssicht durch eine „fuzzy logic“, durch Unschärfe, charakterisiert sind. Es ist ungefähr klar, was sie meinen, aber nicht, was aus ihnen in einer bestimmten Situation an konkreter Handlung folgt. Was „Wahrhaftigkeit“ meint, ist im Prinzip klar, aber ist „nicht lügen“ in einer bestimmten Situation ein akzeptierter Ausdruck des Willens nach Wahrhaftigkeit? Die praktische Bedeutung von Prinzipien und Werten, und damit auch von kulturellen Standards, ist abhängig von einer Situation. Sie können in ihrer Anwendbarkeit bestritten werden und führen auf diese Weise zu Streit in einer Gemeinschaft von Handelnden. Darauf hat zuletzt erneut der Philosoph Kwame Anthony Appiah in seinen „Ethischen Experimenten“ hingewiesen.

Mit anderen Worten und auf unser Thema „Business Ethics in Europa“ hin formuliert: Die identitätsstiftende Funktion und die praktische Deutung von Werten und kulturellen Standards sind immer lokal. Gemeinsame Werte, seien sie nun europäisch oder global, sind das Produkt kultureller Evolution. Was sie in ihrer Berechtigung begründet, ist nicht das Ergebnis einer kognitiven Leistung oder eines Diskurses, sondern dass ohne sie soziale Kooperation und Zivilisation faktisch nicht möglich sind. Humanität ist ein solcher Wert, Gerechtigkeit und Fairness und Integrität sind weitere in dieser Reihe. Sie existieren in allen Zivilisationen, so auch in den europäischen, auch wenn die damit verbundenen Handlungsaufforderungen zuweilen und mal mehr und mal weniger differieren. Eine identitätsstiftende europäische Wertekultur existiert daher nicht einfach, sondern nur als ein Prozess, der im Modus der fuzzy logic operiert. Als Suchbewegung von der Norm zur Praxis und umgekehrt.

In dieser Weise ist die Diskussion um europäische Werte Bestandteil der globalen Bemühungen um akzeptierte Standards sozialen und wirtschaftlichen Handelns. Schärfer formuliert: Ohne diesen Kontext zu beachten, ist sie zum Scheitern verurteilt. Eine europäische Wertekultur, die Identität durch akzeptierte Handlungsanleitung stiftet, wenn es sie denn jemals geben wird, nährt sich aus gelingender gemeinsamer Lebenspraxis in der Weltregion Europa. Dies gilt natürlich auch und vor allem für den Bereich wirtschaftlichen Handelns, dem dabei eine treibende Rolle zukommt. Mit den schon 1928 formulierten Worten des Soziologen Robert Ezra Park: „In the long run (...) sharing in the same economy (...) the relations which were merely co-operative and economic become social and cultural.“



Prof. Dr. Josef Wieland

ist Direktor des Leadership Excellence Institute Zeppelin (LEIZ) und Vorsitzender des DNWE.

wieland@dnwe.de